



**Universidad Autónoma del Estado de México**  
**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**



**Redes Sociales y Fake News durante la pandemia de Covid-19**

## **Ensayo**

**Que para obtener el título de Licenciado en Comunicación**

**Presenta:**

**Isaí Ronces Mercado**

**Director:**

**Mtro. Ricardo Ramírez Nieto**

**Toluca, Estado de México. Julio 2021**

## ÍNDICE

	<b>Pág.</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>CAPÍTULO I. EMERGENCIA SANITARIA: EL COVID-19</b>	9
<b>CAPÍTULO II. REDES SOCIALES</b>	15
<b>2.1 ¿QUÉ SON LAS REDES SOCIALES DIGITALES?</b>	15
<b>2.2 RELEVANCIA DE LAS REDES SOCIALES DIGITALES EN LA VIDA DIARIA</b>	21
<b>2.3 LAS REDES SOCIALES DIGITALES EN EL CONTEXTO DEL COVID-19</b>	28
<b>2.3.1 ANTES Y DURANTE LA PANDEMIA</b>	29
<b>2.3.2 IMPACTOS Y USOS</b>	33
<b>2.4 MÉXICO Y LAS REDES SOCIALES DIGITALES DURANTE LA PANDEMIA DE COVID-19</b>	37
<b>CAPÍTULO III. FAKE NEWS</b>	39
<b>3.1 ¿QUÉ SON LAS FAKE NEWS?</b>	39
<b>3.2 FAKE NEWS, TIC'S Y SU INJERENCIA EN LA COTIDIANIDAD DE LAS PERSONAS</b>	41
<b>3.3 FAKE NEWS Y POSVERDAD</b>	46
<b>3.4 LAS FAKE NEWS EN EL CONTEXTO DEL COVID-19</b>	51
<b>3.5 MÉXICO Y FAKE NEWS: ANÁLISIS DE CASOS NACIONALES DURANTE LA PANDEMIA DE COVID-19</b>	55
<b>3.5.1 CASOS DE IRRESPONSABILIDAD E IGNORANCIA EN PUEBLOS Y MUNICIPIOS</b>	57
<b>3.5.2 AGRESIONES A PERSONAL MÉDICO Y DE GOBIERNO</b>	62
<b>3.5.3 ANTÍDOTOS Y REMEDIOS NO COMPROBADOS</b>	69
<b>3.5.4 FARSAS Y OTROS BULOS ENTORNO AL ÁMBITO MÉDICO</b>	73
<b>CAPÍTULO IV. PROPUESTAS Y POSIBLES SOLUCIONES</b>	83
<b>4.1 CÓMO COMBATIR LAS NOTICIAS FALSAS</b>	83
<b>CONCLUSIONES</b>	89
<b>BIBLIOGRAFÍA/MESOGRAFÍA</b>	95

## INTRODUCCIÓN

Hace algunos años, el desastre de una pandemia a nivel mundial se veía muy lejos, pero hoy, y aunque aún nos cueste asimilarlo o aceptarlo, es toda una realidad.

Esta dio inicio el 17 de noviembre del 2019, cuando se registró el primer caso de Covid-19 en la ciudad de Wuhan, China, y que hasta el momento en que se escriben estas palabras (julio 2021), ha infectado a más de 184,567,307 personas, causando alrededor de más de 4,000,000 de muertes, todo esto en 258 países y territorios.

No cabe duda que esta situación nos ha puesto a prueba en muchos aspectos, pero indudablemente la salud, tanto física como mental, son las que más se han visto mermadas en los últimos meses.

No obstante, hay algo que nos ha causado más dolores de cabeza y es, lidiar con la cantidad de información a la cual estamos expuestos diariamente, especialmente con la que se esparce y difunde a través de las redes sociales digitales. Y es que no sólo se trata de una batalla por evitar un posible contagio, sino también, sobrellevar todo lo que está relacionado con la pandemia y que constantemente aparece en las plataformas digitales, que puede ir desde textos muy cortos, hasta fotos y videos.

Inclusive, la Organización Mundial de la Salud (OMS), en conjunto con la Organización Panamericana de la Salud (OPS), publicaron a inicios del 2020, un artículo en línea, catalogando a toda esta avalancha de información como un problema, denominándolo con el término de “infodemia”, que no es más que otra cosa que un aumento considerable en relación con el volumen de información y datos relacionados con un tema en específico; en este caso, ese tema es el coronavirus y todo lo que se relaciona con él: número de casos, número de defunciones, síntomas, posibles tratamientos, situación en cada país, medidas preventivas, posibles vacunas, entre muchos otros temas.

Lo contraproducente en esta parte es que, el principal problema radica en que mucha de esta información que aparece todos los días en las distintas redes sociales

digitales, es falsa, agravando aún más el dilema anterior, ya que en esta “nueva era digital”, esa falsa información se esparce de manera mucho más rápida. Esto se debe a que internet ha pasado a ser un servicio esencial en la mayoría de los hogares. La fórmula es sencilla, si tienes acceso a internet, podrás ingresar a cualquier cuenta que tengas en alguna red social, como Facebook, Twitter o WhatsApp. Con esto, la o las personas, pueden navegar y tener acceso a los contenidos que aparecen en esas redes sociales digitales.

Un factor crucial aquí es internet, que como se mencionaba anteriormente, hoy en día es una prestación básica. Aunado a eso, internet es más veloz que los medios tradicionales y de antaño, como la radio o la prensa, inclusive más económico, por lo que la información viaja de manera casi inmediata hasta los lugares más recónditos y lejanos.

Además, en este punto, entra en escena otro actor importante, que nace a partir de los hechos mencionados anteriormente: la desinformación. De acuerdo al artículo mencionado anteriormente de la OMS y la OPS (2020) “La desinformación es la información falsa o incorrecta que busca cumplir un único propósito, el cual es engañar. En el contexto de la pandemia actual, puede afectar en gran medida todos los aspectos de la vida de una persona”. Ahora bien, es importante señalar que, la desinformación puede llegar a causar daños graves tanto en la salud física como mental de las personas y, peor aún, estos agravios pueden ser recibidos por terceros, por gente que se encuentra bien informada (por fuentes y medios confiables) de la situación actual, como puede ser todo el personal médico, el cual, diariamente lucha contra esta ola de desinformación y que, en consecuencia, la deja expuesta ante la discriminación y violencia que puedan ejercer otros sujetos sobre ellos.

*La OMS acusa y señala que todos los días, circula información inexacta y falsa sobre todos los aspectos de la enfermedad, como el origen del virus, la causa, el tratamiento y el mecanismo de propagación. Estas fake news (su término en inglés) corren el riesgo de asimilarse muy rápidamente por quien se expone a ellas, dando lugar a cambios de comportamiento que pueden llevar a que las personas tomen mayores riesgos. (Organización Mundial de la Salud, 2020)*

En efecto, esto ha propiciado que la pandemia sea mucho más grave, perjudicando a más personas de las que en realidad debería, poniendo en peligro la vida de miles de individuos y colocando la sostenibilidad del sistema de salud mundial en una posición de riesgo.

Ahora bien, es importante señalar que todo este movimiento no sería posible sin una sola cosa: las redes sociales digitales, esas plataformas omnipresentes en nuestra cotidianidad.

Es necesario precisar que, sin estos medios, la ola de desinformación sería mínima, o quizás, ni siquiera existiría. Las redes sociales digitales, por desgracia, se han convertido en el mejor aliado para esto. Con este tipo de hechos, nos situamos en medio de una ambivalencia de nuestras mismas innovaciones tecnológicas, ya que estas plataformas representan una amenaza constante en el transcurso de la pandemia de Covid-19, pero también, son una herramienta informativa útil para quien las utiliza de manera responsable, sin embargo, es para la primera categoría, para la cual son empleadas con más frecuencia.

Es en este terreno, en donde han llegado a aparecer notas de cualquier tipo, como conspiraciones secretas, medicamentos milagrosos, acciones irreales en los centros médicos, e inclusive, mensajes de odio y racismo hacía distintos sectores y grupos. Una clara muestra de esto, son los innumerables mensajes de odio hacia personas de origen chino o asiático, e incluso, hacia el personal médico, entorno a los cuales, se han inventado historias, que para muchos resultan ser creíbles, aun sin contar con las fuentes o evidencias que corroboren y comprueben dichos actos. Por consiguiente, eso desencadena una ola de comentarios y actos de repulsión hacia distintas personas que se desempeñan en el ámbito médico.

Así pues, este tipo de contenidos y mensajes, son los que más preocupan a algunos sectores de la sociedad, pero en especial a los gobiernos, ya que no sólo se enfrentan a un virus, sino a la desinformación y a las *fake news* mostradas en las redes sociales digitales, y que, al parecer, viajan más rápido que el mismo virus.

Por lo tanto, con lo anterior se antepone un reto que no parece tener fin: proteger la verdad. En este sentido, las empresas que imperan en internet como Facebook, Twitter, Instagram, YouTube e incluso, WhatsApp, se enfrentan (o dicen hacerlo) a esta lucha, pero en muchas ocasiones, esos esfuerzos se ven superados por los mentirosos que solo buscan infringir un daño que, en la mayoría de las veces, ni ellos mismos dimensionan.

La desinformación sobre la pandemia está ahí. Cada minuto, una nota nueva aparece en Facebook, Twitter, WhatsApp o en el mismo YouTube, creando pánico en las personas, en toda esa gente que prefiere hacerle caso a teorías incongruentes y disparatadas, antes que a la información científica que siempre suele ser más clara y precisa, esa información que muchos se esfuerzan por acopiar y constatar, pero, sobre todo, demostrar que es de fiar. Para muchos resulta inaudito, ver cómo las masas escogen lo más absurdo e ilógico para informarse, antes que hacerle caso a lo comprobado por la ciencia.

En consecuencia, los gigantes de internet, como lo son Facebook y Twitter, han adoptado ciertas medidas, triplicando sus esfuerzos para llevar a la gente hacia fuentes confiables en el ámbito médico y farmacéutico. Estas gestiones, que cuentan con el apoyo y respaldo de la misma OMS, han puesto a disposición diversas herramientas para combatir la desinformación y la propagación de todas las *fake news* que diariamente inundan esas plataformas.

Por consiguiente, y derivado de los argumentos antes mencionados, el presente ensayo pretende abordar, cómo las *fake news* exhibidas en las redes sociales digitales, sobre todo en Facebook, Twitter, WhatsApp y YouTube, pueden ser una variable que ha influido en el desarrollo de la pandemia de Covid-19. No obstante, también se busca exponer y hacer visibles los impactos que estas mismas han causado, así como la transcendencia que han tenido en el ir y venir de la sociedad.

Para comprender mejor esta situación es necesario abordar, en una primera instancia, la definición de las redes sociales digitales ¿Qué son? ¿Para qué sirven? ¿Qué relevancia tienen en la vida diaria? ¿Qué función cumplen? Preguntas básicas y esenciales. Posteriormente, se deben tratar sus usos y prácticas en el contexto del

Covid-19, incluyendo su desenvolvimiento en México, así como su empleo y usos, antes y durante la pandemia. Esto también servirá para observar los cambios gestados durante estos últimos meses, en los que las redes sociales digitales han sido utilizadas en demasía.

Ahora bien, en una segunda instancia, es necesario conocer a fondo cuál es el significado de las denominadas “Fake News”, para, a continuación, exponer su injerencia en la vida de las personas, y cómo estas influyen en su toma de decisiones. Así pues, también se abordará su acrecentamiento durante la pandemia de Covid-19, y, enseguida, mostrar algunos ejemplos suscitados en México, en los cuales, las *fake news* han interferido y dado pie a una serie de disturbios, que han quedado registrados como una mancha negra durante la emergencia sanitaria.

Para el presente ensayo se formularon como preguntas guía las siguientes:

¿Las redes sociales digitales han servido como herramientas para evitar muertes y contagios de covid-19?

¿Las fake news han incidido en el número de muertes y contagios por covid-19?

¿Las redes sociales digitales han demostrado ser una herramienta útil y eficaz para informar a la gente durante la pandemia de covid-19?

¿Es el pueblo mexicano una sociedad preparada para detectar y lidiar con las fake news?

De estas preguntas, se formularon como objetivos el identificar y analizar cómo las *Fake News*, que circulan diariamente en las redes sociales digitales, han influido en el accionar de la sociedad durante la pandemia de Covid-19. Este trabajo se realiza con la finalidad de hacer más visibles los daños que estas mismas pueden causar en una sociedad desinformada, cegada por la ignorancia y manipulada muy fácilmente a través de estas “nuevas” plataformas digitales. Esto también, servirá para dimensionar la magnitud y el poder que puede llegar a tener una noticia falsa.

Así pues, con esta recopilación de datos, es que se buscará responder a las incógnitas principales, concluyendo si las redes sociales digitales y las *Fake News*, que se esparcen dentro de estas, han repercutido en el desarrollo y desenvolvimiento de la pandemia de Covid-19 en nuestro país.

Por último, se presentan una serie de conclusiones y reflexiones que deja el presente ensayo, todas ellas con el propósito de mostrar el veredicto final en cuanto al uso de las redes sociales digitales, y calificar si estas han significado un verdadero avance para la humanidad, o por lo contrario, sólo han sido un rotundo fracaso para nuestro desarrollo.

## **CAPÍTULO I. EMERGENCIA SANITARIA: EL COVID-19.**

La vida de todos ha cambiado en los últimos meses. El coronavirus ha propiciado que nos tengamos que adaptar a nuevas medidas como el uso de cubrebocas, el lavado constante de manos, la implementación de una distancia segura entre personas, entre muchas otras más. Actividades a las cuales no estábamos acostumbrados y, sin embargo, las hemos acoplado a nuestra vida diaria, más por obligación que por gusto.

El Covid-19 o Sars-Cov-2 (como también se le conoce) es un tipo de virus, considerado una enfermedad infecciosa. Entre sus principales síntomas destacan fiebre, tos seca, dolor de garganta, cansancio, diarrea, dificultad para respirar, presión en el pecho, dolor de cabeza, entre muchos otros. Así pues, estos pueden ser, en el mejor de los casos, controlados; o en caso contrario, agravarse y desencadenar en el deceso de la persona que los padece.

Encima, su forma de esparcirse es sumamente sencilla. Este virus viaja a través del aire, ya sea que sea expulsado por medio de estornudos o tos, para después entrar al cuerpo humano por la nariz, la boca o los ojos. Para esto, no es necesario que una persona le estornude o le tosa a otra de manera directa. Basta con que una persona sana, toque una superficie infectada con el virus para que esta se convierta en portadora de la enfermedad.

Lo anterior, desencadenó que el Sars-Cov-2 se hiciera presente, en pocos meses, en todo el planeta, infectando y matando a millones de personas. Para ser más exactos, 184 ,567 ,307 infectados y más de 4, 000 ,000 de muertos. Estos números claro, corresponden hasta la fecha presente de redacción de este ensayo, es decir, julio del año 2021.

**Figura 1.**  
Coronavirus mascarilla



*Nota: Esta imagen es de cromaconceptovisual (2020) de dominio público disponible en Pixabay.*

No obstante, su letalidad es relativamente baja si lo comparamos con otro tipo de enfermedades infecciosas, como el ébola, por ejemplo. Sin embargo, no se puede negar, que este virus paró al mundo por completo.

En cuanto a esto, bien vale la pena mencionar que la vida de cada uno de nosotros vio sufrir una alteración en su rutina diaria. En este sentido, hubo muchos cambios ante los cuales no tuvimos otra opción más que adaptarnos. Quizás, una de las modificaciones más significativas que la pandemia trajo consigo fue el teletrabajo, también conocido como “home office” por su término en inglés. Cabe aclarar que este método de trabajo no es nuevo, sin embargo, la emergencia sanitaria provocó que millones de empresas, oficinas y centros de trabajo cerraran sus espacios, llevando a sus trabajadores a laborar y ejecutar todas sus actividades profesionales vía remota desde sus hogares. No obstante, este mismo método le permitió a cientos de empresas y compañías seguir operando, y, en consecuencia, esto mismo ayudó a que una enorme cantidad de personas conservara sus respectivas plazas de trabajo.

Ahora bien, es necesario señalar que esta fue una situación bastante atípica, la cual exigió un proceso muy rápido de adaptación hacia una modalidad de trabajo totalmente nueva para miles de personas. Para esto, fue necesario que la gente que, empezaba a trabajar bajo este sistema, conociera nuevas herramientas digitales, que les facilitarían la comunicación con sus colegas de oficina, haciendo más ágiles las distintas dinámicas de trabajo. Por consiguiente, esto dio origen a una dinámica conocida como “plataformización”, que se ha convertido en una práctica ya cotidiana. Esta consiste en ingresar de manera constante a diversas plataformas digitales, variando el tiempo de uso de cada una de ellas con el objetivo de realizar las distintas tareas y actividades que demanda la jornada, generando conexiones directas y rápidas con los compañeros de oficina. Algunos ejemplos de esto son los ya comunes accesos a plataformas como Zoom o Skype, para video llamadas; Trello o Asana, para una gestión y repartición correcta del trabajo por hacer; WhatsApp o Slack, para una comunicación constante entre los distintos colaboradores.

Así pues, estas plataformas han ayudado y facilitado el trabajo de millones de personas alrededor del mundo, sin embargo, el campo laboral no fue el único en sufrir cambios en cuanto a su quehacer diario se refiere. El sector de la educación fue otro que no tuvo otro remedio más que adaptarse a las nuevas circunstancias suscitadas a partir de la emergencia sanitaria. Es cierto, las clases tenían que seguir, no obstante, para lograr esto se requería de una comunicación constante entre alumnos, padres de familia, profesores y directivos. De ahí que los medios digitales se posicionaran como las herramientas ideales para lograr la meta. Para esto, al igual que en el área laboral, fue necesaria una adaptación sumamente rápida por parte de todos, incluyendo a distintas plataformas digitales dentro de la rutina escolar. De esta forma, plataformas como Microsoft Teams, EdModo, Schoology, Google Classroom o el mismo Zoom, pasaron a convertirse en herramientas diarias y esenciales para la impartición de clases.

Hasta cierto punto, la educación en línea significó un verdadero reto para muchos, sin embargo, esta dificultad se vio agravada en ciertos sectores de la población. A pesar de muchos niños y jóvenes si disponían de los recursos para poder

seguir estudiando en línea, había otros que, a la inversa, no contaban con la capacidad económica para costearse los materiales básicos para tomar una clase, es decir, una computadora y una conexión a internet, lo cual ha provocado que miles de alumnos se rezaguen en la entrega de tareas y en la ejecución de distintas actividades escolares. Incluso con la implementación de clases a través de la televisión, como es el caso de México con su programa denominado “Aprende en Casa”, muchos niños y niñas de este país, han visto truncado su sueño de poder seguir estudiando, debido a que no tienen los recursos suficientes para adquirir una televisión y un servicio de cable de paga.

En este punto, y tomando en cuenta lo anterior, empezó a ser evidente la brecha social que ahonda en muchos sectores de la sociedad civil. La pandemia lo único que hizo fue evidenciarla un poco más. Asimismo, esto también afectó a cierta parte del sector laboral, ya que muchos trabajadores tuvieron que contratar un mejor servicio de internet, uno más veloz y que no presentara interrupciones ni fallas. En consecuencia, esto repercutió en su economía. Recíprocamente, tanto en el aspecto educativo como en el laboral, la brecha social mostró otro problema y fue una marcada brecha digital, la cual, ha crecido notoriamente más a partir de la pandemia. Este acceso desigual a las tecnologías de la información y comunicación, ha significado un tope muy marcado en ciertos grupos sociales, generalmente en los de menos recursos económicos, quienes, debido a esto, no pueden costearse ni siquiera algunos de los aparatos o servicios digitales más básicos, por ejemplo, un teléfono celular, una computadora o la renta de un proveedor de internet; además, si logran adquirir alguno, surge otro dilema y es la pobre alfabetización digital que abunda en muchos de nosotros. Frente a esto, es necesario mencionar que el simple hecho de contar con una herramienta digital, no nos hace expertos en su uso. Esto también ha sido algo recurrente durante la pandemia de Covid-19, en la cual, el poseer ciertas ventajas digitales ha pasado a ser parte visto como algo esencial dentro de la rutina diaria, ya sea en el ámbito laboral o escolar. Por la crisis sanitaria nos ha enseñado que no solo se trata de contar con las herramientas, sino también de saber usarlas.

De la misma forma, esta brecha digital también ha sido visible en otro rubro, el cual, sin lugar a dudas explotó durante la pandemia, y nos referimos al comercio electrónico o eCommerce (su término en inglés). De acuerdo a un estudio realizado por la Asociación Mexicana de Venta Online y retomado por el portal MarketingECommerce.Mx (Ramos, M. 1 de febrero del 2021), el eCommerce en México creció un 81 % durante el 2020, con lo cual se alcanzó un monto por ventas de 316 mil millones de pesos. Encima, en una encuesta elaborada por la misma Asociación, 56% de las personas encuestadas afirmó haber comprado algo por internet. Además, 16% de los mexicanos que entraron en la encuesta, confesó haber realizado su primera compra en línea. Sin embargo, estas compras en línea han sido disparejas, ya que tanto la brecha social junto con la brecha digital, han hecho que miles de personas no hayan podido hacer una compra por internet durante el confinamiento por Covid-19. En este sentido, vale la pena mencionar que este privilegio fue ejercido solo por unos cuantos, que si contaban con los dispositivos y con la economía suficiente para entrar en las dinámicas, muchas veces atractivas, del eCommerce.

De esta forma, podemos observar que una vez que dio inicio la pandemia, los cambios fueron inevitables. Y como hemos visto, estos han ido desde nuestra forma y lugar de trabajo, en nuestra forma de relacionarnos con los demás, en nuestra forma de comer, en nuestra forma de viajar, en nuestra forma de gastar dinero, en nuestra forma de ejercitarnos, en nuestra forma de divertirnos, y muchas cosas más. Quizás la lista sea interminable, y es que jamás habíamos enfrentado algo de esta magnitud, es más, ni siquiera lo creíamos posible.

Pero aparte de lo anterior, este virus abrió más la brecha entre los medios de información, inclinando la balanza hacia los medios digitales, pero en particular a unos. Estos sitios son nada más y nada menos que las redes sociales, cuatro en especial, que son Facebook, Twitter, WhatsApp y YouTube.

En consecuencia, el Covid también potencializó algo que de por sí, ya se venía combatiendo desde hace años, y son las noticias falsas, las denominadas “*Fake News*”. Estos elementos se han combinado para dar pie a otro problema, y es la

desinformación, la cual ha fungido como factor clave en la creación e inicio de una cantidad considerable de disturbios, que además, han provocado que millones de personas alrededor del mundo, por absurdo que parezca, hoy todavía duden de la existencia de esta enfermedad. Encima, la crisis sanitaria, como ya se venía mencionando, ha hecho que la conectividad en distintas plataformas digitales haya aumentado de manera muy notable. Esto a su vez, ha puesto en jaque la salud mental de millones de personas, alterando sus estados emocionales. De modo que, la suma de noticias falsas, más un constante acceso a distintas redes sociales digitales, ha dado pie a este grave problema de salud mental. Si de por sí, aspectos como el *home office* o las clases en línea, ya generan cierta cantidad de estrés y ansiedad, las *fake news*, más una conectividad ininterrumpida, solo han agudizado más este terrible dilema social.

**Figura 2.**

*Noticias falsas en los medios digitales.*



*Nota: Esta imagen ha sido diseñada utilizando recursos de Freepik.com (2020)*

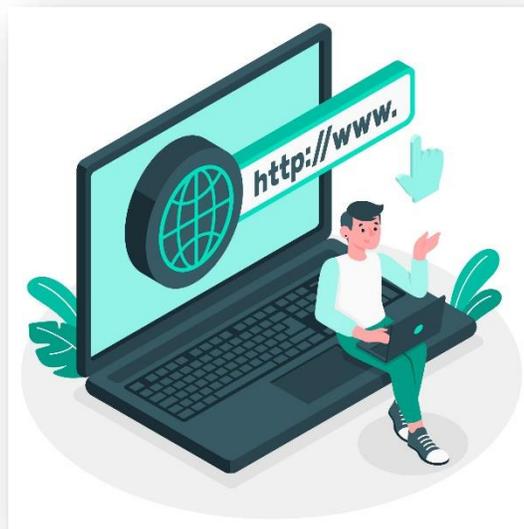
Así que, como se puede ver, el Sars-CoV-2, no es el único mal que se ha tratado de erradicar en los últimos meses. En las redes sociales digitales se presenta otro contratiempo, que no para de generar incertidumbre y pánico en millones. Ahora bien, es preciso desmenuzar y conocer un poco más a sus dos actores principales, es decir, tanto a las redes sociales digitales y como a las *fake news*.

## CAPÍTULO II. REDES SOCIALES

### 2.1 ¿QUÉ SON LAS REDES SOCIALES DIGITALES?

Cada cierto período de tiempo, surgen nuevas innovaciones que, para bien o para mal, revolucionan el pensamiento y el andar humano. En este caso, la creación de las redes sociales digitales son esa invención que vino a cambiarnos para siempre. Indudablemente, han llegado para plantear un antes y un después en nuestra historia como especie que habita este planeta. Sin embargo, las redes sociales digitales que conocemos hoy en día son posibles gracias a un elemento, sumamente importante dentro de la ecuación para su funcionamiento y ejecución, y este es internet.

**Figura 3.**  
*Internet concepto.*



*Nota: Esta imagen ha sido diseñada utilizando recursos de Freepik.com (2019)*

En este sentido, resulta necesario precisar qué es internet. Para esto, Héctor Francisco Gómez Arriagada nos brinda una definición muy bien planteada argumentando que:

*Internet es una infraestructura que puede describirse como una telaraña de enlaces, en las que convergen diferentes modos de interconexión (fibras ópticas, enlaces satelitales, redes de comunicación inalámbrica, de telefonía*

*celular y cableado físico); por medio de los cuales transitan paquetes de datos con información en múltiples formatos. En su conjunto, conforman estos elementos una estructura que permite el establecimiento de comunicaciones instantáneas para comunicaciones interpersonales, intercambio comercial o para mantener en funcionamiento los más diversos sistemas automáticos para soporte de diferentes actividades humanas. En este sentido, la podemos catalogar como un instrumento de comunicación, que asegura la transmisión de contenidos desde un transmisor a un receptor con un fin determinado. (2013, p.44)*

En relación a esto último, también añade que “internet representa un repositorio de datos que contiene información y conocimiento accesible a todos los usuarios, la mayoría de las veces por medio de herramientas de búsqueda a las que los usuarios pueden acceder a través de la propia internet. (Gómez, 2013, p. 44)

En cuanto a los inicios del internet, estos se remontan hasta la década de los años sesenta, cuando el ejército de Estados Unidos creó una red militar. Así pues “En septiembre de 1969, se instaló el primer procesador de mensajes denominado ARPANET, en la Universidad de California (UCLA) en los Ángeles” (Cañedo, 2004, p. 4). Con el pasar de los años, esta red fue evolucionando, siendo utilizada no solo para propósitos bélicos, sino también con fines académicos y de investigación. Posteriormente, la red fue creciendo de manera notable con lo cual, en 1983 “La Agencia para Comunicaciones dividió ARPANET en dos redes: MILNET para sustentar el tráfico de información de las operaciones militares y ARPANET que continuaría soportando la comunidad académica y científica” (Cañedo, 2004, p. 8-9). No obstante, en 1985 la National Science Foundation (NSF) creó su propia red informática, denominándola NSFNET. Tiempo después esta misma absorbió la ARPANET, a la cual se le fueron sumando más redes. Frente a esto, en 1990 Tim Berners-Lee creó un nuevo sistema de navegación en la red, que fue el World Wide Web (WWW) o Telaraña Mundial. “El WWW es un sistema hipermedia que integra en una interface común a todos los recursos existentes en la red para su acceso en forma organizada y normalizada” (Cañedo, 2004, p. 17). Con esto, también aparecieron los

vínculos por hipertexto y los navegadores web que se encargan de leer estos mismos vínculos.

A raíz de los hechos anteriores, la navegación dentro del ciberespacio se hizo más sencilla y accesible, dando origen a una red mucho más grande y amplia, con lo cual, poco a poco se le fue dando forma al internet que conocemos hoy en día. Finalmente, lo descrito en los párrafos anteriores, ha seguido un trayecto de evolución constante, derivando en la aparición de las ya famosas redes sociales digitales, de las cuales se pueden obtener una infinita variedad de definiciones. Para algunos analistas “Las redes sociales son lugares en internet donde las personas publican todo tipo de información, ya sea personal o profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos” (Celaya, 2008, citado por Hütt, 2012, p. 123). Para otros investigadores:

*Las redes sociales son servicios basados en web que permiten a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema limitado, así como articular una lista de contactos con perfiles de otros usuarios con los que comparten una conexión, ver su lista de conexiones y las realizadas por otros dentro de un sistema. (Body & Ellison, 2007, citados por Pérez - Wiesner, Fernández & López-Muñoz, 2014, p. 98).*

Por otra parte, algunos indican que las redes sociales digitales:

*Son los servicios prestados a través de internet que permiten a los usuarios generar un perfil público, en el que plasmar datos personales e información de uno mismo. Disponiendo de herramientas que permiten interactuar con el resto de usuarios afines o no al perfil publicado. (INTECO, 2009, citado por Pérez - Wiesner, Fernández & López-Muñoz, 2014, p. 98).*

De igual importancia, sitios especializados en marketing digital y que también gustan de profundizar un poco más en la definición de estos espacios, como el portal RD Station (2020) comentan que:

*Las redes sociales son plataformas posicionadas en internet, dentro de las cuales, personas físicas o morales, como empresas u organizaciones, pueden*

*interactuar y relacionarse de manera rápida y sencilla. Por consiguiente, estos mismos entes, pueden compartir datos y efectuar un intercambio constante de información. Las relaciones entabladas en estas plataformas, pueden ir desde lo profesional y académico, hasta lo meramente informal, lo que en este sentido sería considerado como una actividad de ocio.*

Sin embargo, este concepto de *redes sociales* no es algo nuevo. La sociología, una ciencia social por excelencia, ha empleado este término para referirse a las interacciones que se llevan a cabo entre individuos y/o grupos, todo esto de manera física y presencial. En este sentido, algunos indagadores en el tema comentan que una red social tradicional es “Aquella que está formada por actores sociales los cuales pueden ser de cualquier índole, que mantienen una serie de relaciones sociales instrumentales, personales, físicas, terapéuticas, etc. (Wasserman & Faust, 1994, citados por, citado por Pérez - Wiesner, Fernández & López-Muñoz, 2014, p. 98). Por otra parte, algunas investigadoras señalan que el término de redes sociales:

*Surgió entre los años 30 y 40 del siglo pasado para referirse a una metodología que ayuda a estudiar las relaciones que se dan entre personas, organizaciones, países e incluso acontecimientos, pero puede verse también como un método que permite describir la estructura social de manera formal. (Torres, 2008, p. 8)*

Por lo tanto, podemos observar que este término se viene empleando desde mediados del siglo XX, pero fue hasta finales de ese mismo siglo, con la aparición del internet, que las relaciones e interacciones se empezaron a situar en plataformas digitales. Como lo señala el investigador David Caldevilla “La gran diferencia de las redes sociales tradicionales con lo que hoy llamamos red social 2.0, es que estas nacen de la creación de internet, y resultan de la transformación de la red social tradicional en la red digital o social. (2010, citado por citado por Pérez - Wiesner, Fernández & López-Muñoz, 2014, p. 99).

En este sentido, el portal de internet, RD Station (2020) señala que:

*Fue en la década de 1990, con internet disponible, que la idea de red social emigró también al mundo virtual. En 1997 se creó el sitio SixDegree.com, que es*

*considerado como la primera red social moderna, ya que permitía a los usuarios tener un perfil y agregar a otros participantes en un formato parecido a lo que conocemos hoy.*

No obstante, fue en el 2003, con la crisis informática suscitada en ese año, que las redes sociales digitales empezaron a tomar el rumbo que hoy conocemos, ya que debido a la emergencia antes mencionada:

*Muchas empresas que utilizaban las páginas web tuvieron que cerrar sus cuentas debido a la falta de visitas. Fue entonces que cuando paralelamente tres personas, Marc Pincus, Reid Hoffman y Jonathan Abrams crearon respectivamente empresas online destinadas a la interacción entre personas, cobrando así importancia el usuario y no tanto la empresa de la época. Dichas empresas fueron: Tribe.net, Linkendin y Friendsdter. Se conocen como las primeras redes sociales de internet. (Caldevilla, 2010, citado por citado por citado por Pérez - Wiesner, Fernández & López-Muñoz, 2014, p. 97).*

De este modo, “internet ha abierto nuevas vías gracias a las cuales las personas se pueden comunicar y socializar, como son por ejemplo las redes sociales”. (Pérez - Wiesner, Fernández & López-Muñoz, 2014, p. 98).

De esta forma, podemos destacar que internet ha jugado un papel muy importante para el desarrollo y crecimiento de estas plataformas. Georgina Araceli Torres comenta que: “internet es una red que permite relacionar personas físicamente distantes, a través de las herramientas tecnológicas de las que se dispone. En este ambiente suele hablarse de un software social que permite la interacción y colaboración a distancia.” (2008, p. 8)

Sin embargo, el mismo internet no ha sido amable con todos esos softwares sociales que han aparecido. Después de que surgiera la primera red social digital, empezaron a brotar más redes sociales digitales, que perseguían un único propósito: generar interacción entre las personas que las visitaban y, de manera paralela, sumar más y más usuarios a sus respectivos sitios, no obstante, algunas fracasaron y no lograron prosperar, sirviendo como ejemplo para las demás, haciéndoles ver los

errores que no tenían que cometer y los aspectos que se tenían que mejorar. En consecuencia, las que sobrevivieron, y que son las que conocemos hoy en día, (que aparecieron a inicios del presente milenio) dieron inicio a una nueva era, es decir, la era de las redes sociales digitales.

Ahora bien, las distintas redes sociales digitales disponibles en la actualidad, han evolucionado con el pasar de los años. Todas, sin excepción, se han sometido a procesos de renovación, actualizando e innovando en su respectiva interfaz de manera constante, proporcionando a sus usuarios mayores y mejores herramientas, dependiendo claro, de cuál sea el objetivo de cada usuario, aunque a final de cuentas, el propósito principal siempre sigue siendo el mismo, que es, generar interacciones.

**Figura 4**

*Voces en las redes sociales.*



*Nota: Esta imagen ha sido diseñada utilizando recursos de Freepik.com (2019)*

Desde luego, estas plataformas, han cobrado una relevancia más que notoria en la vida de las personas. Raro es quien dice y afirma no tener ninguna cuenta en dichas redes, pero, quienes disponen de una, se sirven de ella para realizar distintas tareas, varias, dedicadas única y exclusivamente para labores profesionales y de trabajo, lo cual nos deja entrever el valor que poseen estos sitios en el presente.

## **2.2 RELEVANCIA DE LAS REDES SOCIALES DIGITALES EN LA VIDA DIARIA.**

Es inobjetable el hecho de que, las redes sociales digitales forman parte de nuestra vida hoy en día. Estas, se han convertido en un factor determinante en nuestras formas y estilos de convivencia. Un ejemplo de ello, es observar la reacción que presenta una persona cuando otra afirma no tener ninguna cuenta en alguna red social. Por increíble que parezca, un argumento de este tipo puede ser difícil de creer en el presente, y es que las redes sociales digitales son espacios virtuales en los cuales podemos estar situados siempre, sin importar la hora o el lugar. Basta con tener acceso a internet para que podamos hacer acto de presencia en alguna de estas plataformas.

Es así que, para algunos, estas nuevas herramientas han significado toda una revolución en el mundo virtual, como lo señala Ingrid Nass De Ledo, quien comenta que:

*Sin lugar a dudas, una de las grandes revoluciones sociales que ha traído internet, son las redes sociales que tienen el poder de conectar a la gente en todo el planeta. La forma de relacionarse con los demás, ha pasado de lo personal a la computadora. Las redes sociales actúan como puntos de encuentro en donde es posible acceder a información... consultar archivos y recursos disponibles, todo en tiempo real. (2011, p.133)*

No obstante, dentro de las redes sociales digitales se lleva a cabo una dinámica, la cual es algo inherente en los seres humanos, que es socializar, no por nada el término “redes sociales”. Desde hace millones de años, los humanos necesitamos, ya sea por necesidad o por naturaleza, convivir con otros individuos, nada más que en recientes años, esa convivencia se ha trasladado a otro terreno, que es el mundo virtual. Harold Hütt explica que:

*Para las personas, es determinante pertenecer a círculos sociales, los cuales se han visto sustancialmente enriquecidos por medios o espacios virtuales. Espacios de chat, grupos o círculos de acción resultan apasionantes para*

*muchos, así como también, se constituyen en oportunidades para interactuar de una forma segura, dinámica y efectiva, compartiendo e intercambiando experiencias, informaciones, o bien, simplemente utilizando estas vías como formas de expresión. (2012, p. 125)*

Aparte de lo mencionado en el último párrafo, las redes sociales digitales gozan de una característica que las hace destacar por encima de los medios y plataformas tradicionales: la inmediatez. En consecuencia, y gracias a la velocidad a la que viaja la información a través de internet, uno puede saber de manera instantánea qué sucede al otro lado del mundo. Eso hace posible viajar, de manera digital, a cualquier parte del planeta y de este modo, enterarnos qué es lo que acontece en cualquier país, en cualquier pueblo o cualquier ciudad.

Ahora bien, la producción, la circulación y el consumo de este contenido informativo se realiza de cierta manera. Así pues, dentro de las redes sociales digitales se ha observa un ejercicio de coproducción entre las empresas (que comúnmente generan estos contenidos informativos) y los usuarios (que también cuentan con la capacidad de generar cierto contenido). En este sentido, las redes sociales digitales permiten un intercambio, prácticamente infinito, de contenido informativo entre las mismas empresas y las personas. Este mismo intercambio le brinda la posibilidad a los usuarios de entablar conexiones con otros usuarios los cuales estén consumiendo u observando esos contenidos.

De esta forma, estas mismas conexiones establecidas, dotan a los usuarios de más herramientas, permitiéndoles ejecutar más acciones y abriéndoles una baraja muy amplia de opciones, como lo son comentar las notas informativas e iniciar un debate en torno a estas, argumentando si les gusta o no el contenido, sacando a relucir si este les interesa o no. Esto último, incide en otra opción muy importante dentro de estas plataformas que es la de poder compartir este contenido informativo y hacérselo llegar a más gente. Si bien esto alimenta aún más la generación de opiniones en torno al tema del cual se está hablando, también incide en la creación de ciertos grupos, los cuales usualmente comparten y aportan una cantidad considerable de criterios y juicios relacionados con el tema a discusión. No obstante, resulta crucial señalar que la arquitectura de las redes sociales digitales está diseñada

con este propósito, sin dejar de controlar las prácticas de los usuarios, pero a la misma vez incentivarlos a compartir el contenido que consumen dentro de estas, estimulando y mostrándoles a estos mismos cibernautas un escenario más global.

Esto se puede observar en redes como Facebook, Twitter o WhatsApp, dentro de las cuales, los usuarios tienen la posibilidad de compartir fotos, videos y/o mensajes, que su vez, brindan más detalles sobre algún acontecimiento, haciendo que el resto de la audiencia entienda mucho mejor el desarrollo y el desenlace de los hechos que se están compartiendo. La misma Nass De Ledo señala que: “El efecto de las redes sociales es exponencial y las posibilidades no tienen límites” (2011, p.133). Y en efecto, en los últimos años y como se comentaba anteriormente, plataformas como Facebook, Twitter y WhastApp (por mencionar algunas), se han dado a la tarea de añadir nuevas funciones a sus plataformas, brindándole una baraja muy amplia de herramientas al usuario. Resulta aún más increíble ver que, diariamente el número de usuarios incrementa, haciendo que las dinámicas dentro de estas redes sociales digitales sean mucho más enérgicas y activas.

En consecuencia, ese dinamismo ha generado ciertos efectos en los individuos que interactúan dentro de los ecosistemas de dichos espacios. José Van Dijck comenta que:

*Hay al menos dos efectos: uno es favorecer las evaluaciones o adhesiones instantáneas, viscerales, emocionales y positivas, rápidamente replicables y cuantificables, como el botón “Me gusta” de Facebook; otro es que los usuarios busquen promocionarse para incrementar su alcance, lo que en muchos casos lleva a borrar la distinción entre la expresión personal y la publicidad, y a mercantilizar la identidad propia como un bien que hay que vender o consumir. (2016, p. 8)*

Y es que, en efecto, en los últimos años, la gran mayoría de las redes sociales digitales han pasado de ser espacios para la libre expresión (que aún lo siguen siendo) a ser lugares para la autopromoción y la autoayuda. Es bien sabido que, los denominados “influencers”, son un claro ejemplo de esto. Esta “profesión” que surgió con la aparición de las redes sociales digitales, es ejercida por aquellos usuarios que

se autopromocionan con el contenido, muchas veces creativo, que publican en sus respectivos perfiles. Pero no nos engañemos, que esto de la autopromoción, es algo que llevan a cabo la mayoría de usuarios en estas plataformas, es decir, todos por igual, terminan promocionando su foto, su comentario, su video o cualquier otra cosa que sea o no, de su autoría. Por lo tanto, “enunciados que antes se emitían a la ligera, hoy se lanzan a un espacio público en el que pueden tener efectos de mayor alcance y más duraderos” (Van Dijck, 2016, p.14)

Así pues, de esta manera cada persona presente en redes sociales digitales, siempre está buscando el reconocimiento del resto de la comunidad a través de estas publicaciones que lo promueven a uno mismo. Aparte de eso, y dependiendo del alcance de dicha publicación, el usuario podrá interactuar con una cantidad ilimitada de individuos, no obstante, el éxito de esas interacciones será equivalente a la creatividad que la persona emplee en la elaboración y el diseño de dicha publicación. Es claro que, “las plataformas de redes sociales alteraron sin duda alguna la naturaleza de comunicación pública y privada” (Van Dijck, 2016, p. 14)

Con lo anterior, podemos percatarnos que, estos sitios están diseñados de tal forma que, persuaden a los usuarios para que estos, continuamente, compartan contenidos que comuniquen algo, lo que sea, aunque entre más creativos sean en la producción de ese contenido, los resultados serán mejores, ya que esto hará que reciban un *feedback* positivo del resto de la comunidad, enganchándolos aún más a dichas plataformas. Ese *feedback* positivo funciona igual que una droga, entre más reconocimiento y respuestas recibes de tu audiencia, más quieres interactuar con ellos, esto propicia que los usuarios se decanten a pasar más tiempo en sus redes, creando así un círculo vicioso entre emisor y receptor.

Esto propicia que mucha gente sea precavida a la hora de participar en estos espacios virtuales, no obstante, los que sí toman la decisión de explorarlos, en poco tiempo terminan adoptándolas, y peor aún, adaptándolas a su vida diaria, buscando siempre un momento para adentrarse en ellas, sin saber con certeza, cuándo dejaran de utilizarlas. Van Dijck señala que “la presencia creciente de este tipo de plataformas impulsa a las personas a trasladar muchas de sus actividades sociales, culturales y profesionales a entornos virtuales” (2016, p.11). En consecuencia, esto ha provocado

que la conectividad online sea considerada un requerimiento sumamente valioso en la actualidad ya que, de esta misma conectividad, depende un mercado global de medios y redes sociales, que proporciona ocio y entrenamiento a millones de personas que, a su vez, sirven como mercado para las miles de empresas y negocios que diariamente se anuncian en esos espacios, lo que genera millones de ganancias, tanto a las empresas anunciantes como a los dueños de las plataformas.

Ahora bien, estos espacios virtuales actualmente son dueños de una infraestructura global, que les permite colocar publicidad en sus distintos sitios de manera rápida y fácil, y lo mejor de todo: a un costo relativamente bajo, si lo comparamos claro, con la publicidad tradicional.

La publicidad colocada en las distintas redes sociales digitales es la función más redituable de estas. Al final del camino, las fotos, videos y comentarios que compartimos, significan muy poco para estas plataformas. El elemento principal son los millones de usuarios que diariamente navegan en ellas. Las personas que interactúan en estos espacios digitales, representan un mercado potencial para miles de marcas, las cuales aprovechan las herramientas de publicidad ofrecidas por parte de los sitios, para bombardearnos con anuncios de sus productos.

Desde luego, este tipo de publicidad trae consigo muchas ventajas, por ejemplo, se puede segmentar de mejor manera el público al cual se le pretenda mostrar cierto anuncio, lo cual, se traduce en una audiencia con más potencial para adquirir el producto publicitado. En este aspecto, Van Dijck señala que:

*El escrutinio de metadatos computarizados y su conversión en perfiles de gustos personalizados, hizo que la publicidad en estos medios fuera más efectiva y direccionada a sus públicos meta que los modelos anteriores de publicidad en los medios masivos de comunicación. (2016, p. 43)*

Por otro lado, las empresas anunciantes también disponen de un mejor control de su presupuesto, este a su vez, se puede adaptar a una gran cantidad de formatos y tipos de anuncios, que pueden ir desde imágenes y vídeos, hasta contenidos

interactivos o formularios; la publicidad en las redes sociales digitales tiene la capacidad de generar formatos para todos los gustos.

De igual manera, las marcas que se anuncian pueden disponer de métricas más detalladas y exactas, que son trabajadas y arrojadas de manera automática por las plataformas, con lo cual, se pueden analizar de mejor manera todos los resultados mostrados al final de las campañas publicitarias y con esto, hacer cambios y mejoras en futuras tareas publicitarias; y finalmente, y quizás, dos de las características más destacables, son que los anuncios son muy rentables gracias a sus bajos costos, encima, pueden llegar de manera muy rápida a cualquier parte del planeta. Cabe mencionar que, estos anuncios son pagados por las mismas empresas que, muchas veces, a su vez, cuentan con varias marcas, las cuales pueden ser anunciadas sin ningún problema, siempre y cuando no violen las normas y estatutos de las plataformas de redes sociales digitales. Esto, en consecuencia, arroja enormes beneficios a los dueños de las plataformas, que se traducen en ganancias millonarias para estos sitios digitales. De acuerdo con la Agencia EFE (2020), entre los meses de enero y septiembre del 2020, Facebook registró 17,927 millones de dólares en ganancias relacionadas con publicidad. Por su parte, la agencia de noticias Reuters (2020) señala que, en el primer trimestre del mismo año, Twitter obtuvo ganancias de 808 millones de dólares.

Ahora bien, lo anterior nos deja claro lo redituable que puede ser la publicidad en las redes sociales digitales, tanto para las empresas como para las mismas plataformas, pero cuidado, que esta no sólo puede ser aplicada por grandes compañías. Pequeñas y medianas empresas también pueden hacer uso de ella. Esto ha propiciado que, pequeñas marcas crezcan a partir de la publicidad generada y exhibida en las plataformas de las distintas redes sociales digitales. En años anteriores, y tomando en cuenta la publicidad tradicional, esto hubiera sido prácticamente imposible para negocios que apenas iban empezando, debido a los altos precios que abundaban en la publicidad de antaño.

Inclusive, y aunado a lo anterior, habría que añadir una estrategia de publicidad más y es una en la que muchos hemos llegado a confiar alguna vez. El conocido *boca en boca*; y es que siempre “Resultan más efectivas las recomendaciones personales

por parte de contactos y amigos cercanos. Hacer que sea un amigo quien recomienda el producto, es mucho más efectivo después de todo, que promocionarlo en los medios tradicionales” (Van Dijck, 2016, p. 43). En consecuencia, han surgido nuevos personajes catalogados como “personas de influencia”, también conocidos como “influencers”, “Que son aquellas personas que cuentan con una extensa red de seguidores y amigos activos y que, promocionan ciertos productos tangibles o intangibles. Este vínculo entre marcas que se apoyan de personas para promover sus productos, se ha convertido en un modo de comercialización de lo más habitual.” (Van Dijck, 2016, p. 43)

Por lo tanto, la misma Van Dijck comenta que lo anterior deja entrever que “La cultura publicitaria, se ha convertido poco a poco, en una cultura de la recomendación, aunque todos los días, se le suman nuevas tácticas”. (2016, p. 43) Sin embargo, los propietarios de las plataformas han tenido sumo cuidado a la hora de realizar cambios en estos nuevos modelos de negocios. Es importante mencionar que esta publicidad no es muy bien vista por muchos y, para algunos, en ocasiones resulta muy invasiva. No obstante, las plataformas han estado conscientes de esto, lo que las ha orillado a probar nuevos modelos de negocios teniendo siempre en cuenta el comportamiento de los actores que diariamente interactúan en sus respectivos sitios. “A medida que las plataformas de medios sociales evolucionan, los modelos de negocios se modifican y cambian para poner a prueba su capacidad de adaptación.” (Potts, 2009, citado por Van Dijck, 2016, p. 43)

Desde luego, los ecosistemas digitales continuamente suelen mostrar cambios, por lo que resulta esencial tomar nota de las acciones que llevan a cabo los usuarios. En consecuencia, y gracias a las tareas de observación, los usuarios se han mostrado más relajados y tolerantes respecto a los nuevos métodos de publicidad que se les imponen en las plataformas, aunque desde luego, siempre tienen presentes los intereses comerciales y económicos, particularmente de las compañías y empresas que muestran sus productos y servicios, y no tanto de las mismas plataformas.

Así pues, lo comentando anteriormente nos hace ver que las redes sociales digitales ofrecen una gama muy amplia de experiencias y herramientas a los usuarios que, a su vez, repercuten en la vida diaria de las personas que las

emplean. Ya sea por ocio o negocio, estos espacios digitales en pocos años han logrado permear en la cotidianidad de millones de personas alrededor del mundo. Gracias a la ayuda de los mismos usuarios, estos espacios han pasado de ser algo novedoso y extraño a algo completamente esencial y necesario, todo depende como se mencionaba, del uso que se les brinde.

### **2.3 LAS REDES SOCIALES DIGITALES EN EL CONTEXTO DEL COVID-19.**

Ahora bien, desde que comenzó la pandemia de Covid-19, las redes sociales digitales se han afianzado mucho más como espacios para la interacción social. En los últimos meses, se ha vuelto de lo más normal (de hecho, ya lo era) conectarse de manera continua a una red de este tipo. Esto se debe a que las personas han adoptado estos espacios para informarse sobre los acontecimientos relacionados con la contingencia actual, aunque el término “informarse” podría ponerse en duda ya que, al parecer, este objetivo no siempre se consigue.

Así pues, con la pandemia, ha habido un aumento notable de noticias falsas y/o verdades a medias, dependiendo de la información que contengan. Estas mismas, han dado hincapié a la creación de una infinidad de teorías que, sumadas al confinamiento al cual hemos estado sometidos y que, para millones representa un ejercicio de enorme sacrificio y esfuerzo, han causado un estrés y ansiedad inmenso en miles de personas, de los cuales, nunca se habían tenido registros tan numerosos. En consecuencia, esto sólo ha propiciado que la situación se agrave mucho más.

Además, la gran cantidad de noticias falsas sobre la pandemia que diariamente circulan en las redes sociales digitales distorsionan el pensamiento de las personas poniendo en jaque su salud mental, mermándola y provocando una mala comprensión de todos los mensajes relacionados con el virus del SARS-CoV-2. La desinformación en las redes sociales digitales, no ha hecho otra cosa más que exacerbar e incrementar el miedo de las personas durante esta contingencia. Encima, a esto habría que sumarle los sesgos cognitivos que posee cada persona que ocasionan que cada sujeto procese, de manera diferente, la información que se le presenta, distorsionándola de acuerdo a su percepción de la realidad.

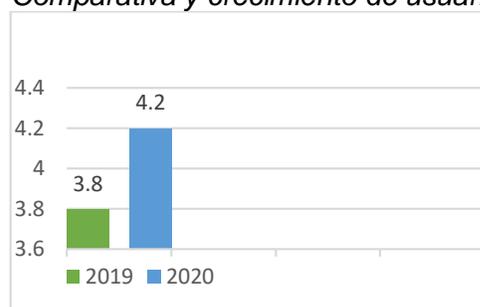
### 2.3.1 ANTES Y DURANTE LA PANDEMIA.

Era claro que, antes de la pandemia, gran parte de la atención de las personas ya se centraba en las pantallas de un teléfono celular o en el monitor de una computadora. El tiempo brindado a las redes sociales digitales ya formaba parte de la agenda diaria de millones de individuos. Sin embargo, como era de esperarse, la pandemia de Covid-19 trajo consigo un aumento bastante considerable en relación al uso y acceso en cuanto a las redes sociales digitales se refiere. Así pues, una rutina que ya era bien conocida, se vio reforzada con la aparición de una nueva enfermedad, debido también, al encierro al cual nos hemos visto sometidos.

Ahora bien, este incremento se dio en todos los grupos de edad y segmentos de la sociedad, pero no sólo en los sujetos que ya contaban con una cuenta o perfil, sino también en la aparición de nuevos usuarios. Esto se ve reflejado en un estudio realizado por la agencia We Are Social (2021) (una agencia de marketing y comunicación online 2.0) en conjunto con el portal Hootsuite (plataforma líder en gestión de redes sociales digitales a nivel mundial) quienes informan lo siguiente:

**Figura 5.**

*Comparativa y crecimiento de usuarios de RRSS (billones).*



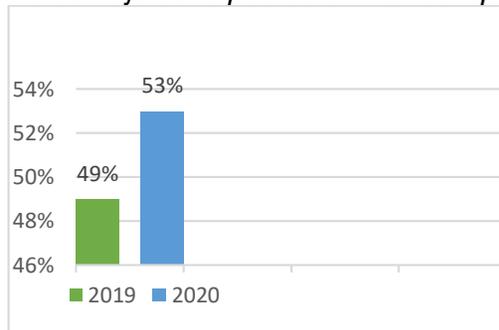
*Nota:* Recuperado de *Digital 2021: Global Overview Report*, por S. Kemp (2021)  
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>

De acuerdo con la gráfica de arriba y siguiendo el estudio antes mencionado, durante la pandemia el número de usuarios de redes sociales digitales creció hasta alcanzar los 4.20 mil millones, lo que significó un incremento del 13% comparado con

el año anterior, es decir, 2019, cuando la cifra de usuarios de redes sociales digitales se situaba en los 3.80 mil millones.

**Figura 6.**

*Porcentaje de la población mundial que utiliza RRSS.*

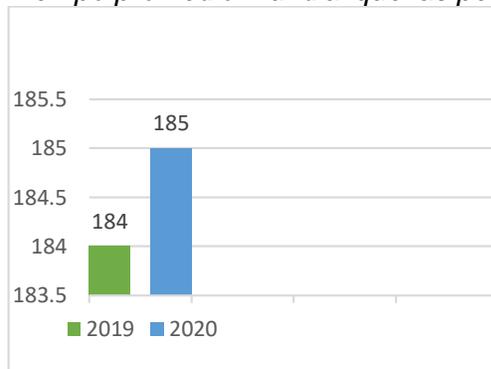


*Nota:* Recuperado de *Digital 2021: Global Overview Report*, por S. Kemp (2021)  
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>

En este sentido, el estudio también señala que el porcentaje de la población mundial que está usando alguna red social, creció hasta alcanzar un 53%.

**Figura 7.**

*Tiempo promedio mundial que las personas pasan al día en RRSS (minutos).*



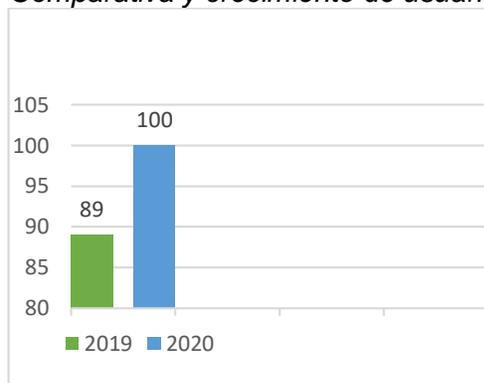
*Nota:* Recuperado de *Digital 2021: Global Overview Report*, por S. Kemp (2021)  
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>

Frente a esto, también tenemos que, como consecuencia de la cuarentena y el encierro, las personas ahora pasan en promedio 2 horas y 25 minutos navegando en redes sociales, lo cual, comparado con el año anterior, significó el aumento de 1 minuto en cuanto al tiempo de estancia dentro de estas plataformas.

En cuanto México se refiere, los datos son otros.

**Figura 8.**

*Comparativa y crecimiento de usuarios de RRSS en México (millones)*

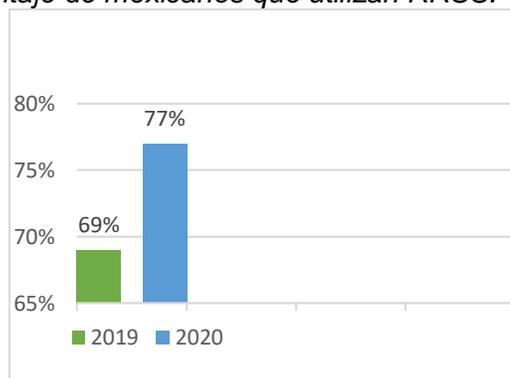


*Nota:* Recuperado de *Digital 2021 México*, por S. Kemp (2021)  
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>

De acuerdo con el estudio, durante la pandemia en México se dio un incremento bastante considerable en cuanto a usuarios de las redes sociales digitales, llegando a los 100 millones, dejando atrás a los 89 millones de 2019. Esto indicaría que un 77% de la población mexicana, está empleando alguna red social, tal y como lo muestra la gráfica de abajo, en donde también se hace mención del porcentaje del año anterior.

**Figura 9.**

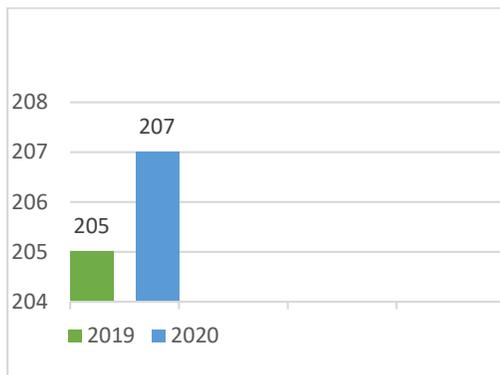
*Porcentaje de mexicanos que utilizan RRSS.*



*Nota:* Recuperado de *Digital 2021 México*, por S. Kemp (2021)  
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>

**Figura 10.**

*Tiempo promedio que los mexicanos pasan al día en RRSS (minutos)*



*Nota:* Recuperado de *Digital 2021 México*, por S. Kemp (2021)  
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>

En este sentido, durante la contingencia, los mexicanos aumentaron 2 minutos su tiempo de navegación en estas plataformas, arrojando un promedio de 3 horas y 27 minutos, como lo muestra la tabla de arriba.

Finalmente, y no menos importante, el estudio señala que el 98% de los usuarios de redes sociales digitales en México, han ingresado a sus respectivos perfiles desde un teléfono móvil, lo que les brinda la posibilidad de acceder a sus cuentas en cualquier momento y lugar.

En relación con lo anterior, es precisamente ese último detalle, el que ha contribuido para que ciertas plataformas de redes sociales digitales ganen notoriedad durante la pandemia, provocando que algunos ecosistemas digitales acrecentaran su número de usuarios (por miles). Hasta cierto punto, esta reacción se debió a que, durante la contingencia sanitaria, la mayoría de las personas han estado encerradas en sus respectivos hogares, lo que ha servido para la generación de un sinfín de contenidos (lo creativo de los mismos está a discusión), siendo el formato de video el que más ha predominado. Aparte de eso, la inmediatez y rapidez que ofrecen las redes sociales digitales, son otros puntos que han jugado a su favor. Finalmente, estas acciones las han beneficiado como nunca antes se había visto, generándoles millones en ganancias.

Pero no sólo se ha intensificado el flujo de contenido “creativo”, también ha proliferado el desarrollo y gestión de noticias, algo que, al parecer, ha acaparado la

interfaz de la mayoría de las plataformas de redes sociales y, además, se ha convertido en un dolor de cabeza para los gobiernos, para los dueños de las mismas plataformas y para los millones de personas que navegan en ellas diariamente.

### **2.3.2 IMPACTOS Y USOS.**

Como se comentaba con anterioridad, el uso de las redes sociales digitales tiene varias finalidades, entre los que destacan el entretenimiento, su manejo y ejecución profesional; enlazar a familiares y amigos que se encuentran distantes; y no menos importante, la búsqueda de información. No obstante, cuando se presentaron las primeras noticias acerca del virus y los gobiernos de todo el mundo empezaron a imponer diversas medidas, las prácticas antes comentadas, aumentaron notablemente. En efecto, esto resultaba lógico, ya que las redes sociales digitales eran una de las opciones más viables y seguras, para que las personas siguieran conectadas, ya fuera para distraerse, para hablar con alguien, para trabajar o para informarse sobre algo.

Ahora bien, cada utilidad se ha empleado de manera distinta, presentando pros y contras. Por ejemplo, muchas empresas, tanto grandes como pequeñas, se han valido de las redes sociales digitales para hacer que sus negocios sobrevivan, coordinando a sus equipos de trabajo e implementando una forma de trabajo remota y a distancia, denominada *“home office”*, la cual, se convirtió en la modalidad de trabajo de millones de personas alrededor del mundo. Además, las video llamadas implementadas entre las numerosas plantillas de trabajadores existentes, han contribuido en hacer más ligeras las cargas de trabajo, mejorando notoriamente las dinámicas laborales. Finalmente, también había que agregar la comunicación entablada a través de herramientas como notas de voz, mensajes escritos o llamadas telefónicas, pero, utilizando una conexión a internet y no tiempo aire, como es la costumbre. Tal es el caso de plataformas como WhatsApp y Facebook Messenger, que permiten hacer lo anterior y también video llamadas, sin embargo, en esa área podríamos nombrar algunas otras que destacan por su desempeño sólo en esa función, como Zoom, Skype, Meet (del gigante Microsoft), Google Duo, entre muchas otras más.

Por lo tanto, las herramientas antes mencionadas y los distintos actos realizados, han ayudado a macro y micro compañías, a hacerle frente a la terrible crisis que se suscitó a partir del inicio de la pandemia. Claro, algunas se han visto más beneficiadas que otras, pero sin lugar a dudas, todas, sin excepción, se han socorrido de las redes sociales digitales en estos tiempos.

Desde luego, este sector no es el único que les ha sacado provecho a los instrumentos comentados hace unos momentos, el campo educativo es otro que también ha salido a flote a gracias a todas las bondades brindadas por las redes sociales digitales. Si bien, en años recientes ya eran implementadas algunas herramientas como grupos en WhatsApp y Facebook, o el uso del correo electrónico, las escuelas tuvieron que adaptarse a una situación nueva, impartiendo todas sus clases en línea, pero, para esto, eran necesarios nuevos recursos que asistieran tanto a profesores como a alumnos, contribuyendo así con el entendimiento, desarrollo y ejecución de los cursos dados.

En consecuencia, algunas plataformas, que ya existían pero que para muchos eran desconocidas, salieron a relucir durante la contingencia, aclarando un poco el panorama educativo, que en un inicio lucía bastante gris. Plataformas como Microsoft Teams o Google Class Room, han sido el salvavidas para millones de maestros y alumnos, dándoles la posibilidad a los primeros, de seguir impartiendo clase, y a los segundos, de seguir recibiendo cátedra.

No obstante, las redes sociales digitales han seguido siendo medios para el entretenimiento. Por naturaleza, los seres humanos siempre buscamos actividades de ocio para combatir el aburrimiento y, actualmente, al no poder salir ni acudir a muchos lugares, las redes sociales digitales han fungido como el principal aliado para hacerle frente al hastío de una larga cuarentena. Sin embargo, con certeza, la productividad de las personas se ha visto mermada, ya que las redes sociales digitales también son vistas como medios de distracción, quitándole tiempo provechoso y útil a la gente. Encima, desde su aparición y posterior apogeo, se les ha encasillado como la contraparte de un hábito muy saludable como lo es la lectura. Por el contrario, también

hay cosas positivas que resaltar de ellas. Hasta cierto punto, también han servido como refuerzo, ayudando en el progreso y ejecución de otras actividades como, realizar alguna actividad física, meditar, acceder a cursos, dibujar, entre otras más.

Que, a propósito, bien valdría la pena, hacer mención del uso eficaz, y también muy polémico, que les han dado las autoridades chinas a estas plataformas para hacerle frente a la pandemia que, basta recordar, inicio en su país. Teniendo en cuenta que la gran mayoría de los chinos cuentan con un teléfono inteligente o *smartphone*, el gobierno de esa nación, se ha apoyado de una aplicación de nombre Alipay Health Code, que tiene una interfaz parecida a cualquier red social común y que, de acuerdo a información redactada en el portal digital del periódico *El Español*, en la aplicación:

*Los ciudadanos deben rellenar algunos datos personales, explicar si tienen algún síntoma o si han estado en algún lugar afectado por la epidemia durante los últimos catorce días. Con base a dichos datos, la app genera un código QR y, según el nivel de riesgo que tenga cada persona de contraer la infección se le asigna un color: rojo, amarillo o verde. Esa misma aplicación también registra la ubicación de los usuarios, por lo que las autoridades pueden saber en todo momento si alguien infectado está moviéndose a sus anchas por la ciudad. (18 de marzo del 2020)*

Sin embargo, esta medida no ha sido muy bien vista por todos, debido a que la aplicación, obliga a los ciudadanos a brindar su nombre completo, su número de identificación nacional y número de teléfono. Además, de acuerdo a información brindada en el portal digital de la *BBC*, “Hay muy poca transparencia en cómo se manejan los datos y, ha habido informaciones que apuntan a una filtración de datos personales de salud en internet” (4 de marzo del 2020). Inclusive, el mismo *New York Times* afirma que, “Alipay Health Code está compartiendo información con la policía.” (1 de marzo del 2020).

Sin lugar a dudas, esto último, hace que la situación se torne un tanto preocupante. No obstante, debemos aceptar que China, ha sabido sacarle provecho

a estas plataformas digitales, que han ayudado en gran medida a este país para mitigar el virus, brindándole un respiro en momentos tan difíciles.

Ahora bien, regresando a las utilidades más comunes que la gente les da a las redes sociales digitales, hay una función que ha llamado mucho la atención, que claro, no es nueva, pero en el transcurso de la pandemia ha sobre salido al igual que las anteriores, y es la de informar a las personas. Las redes sociales digitales han sido uno de los lugares más visitados para enterarse sobre los acontecimientos relacionados con el Covid-19. Esto tiene relación directa con lo mencionado en el estudio elaborado por la agencia *We Are Social* y el portal *Hootsuite*, en el que señala el aumento de tiempo que la gente pasa en sus perfiles de redes sociales digitales. Era natural que, estando una vez ahí, cada individuo se enterara sobre lo que sucedía con la contingencia y su respectiva evolución. Probablemente, informarse no era el objetivo principal de las personas a la hora de ingresar a esos ecosistemas digitales, pero de una u otra manera lo terminaban haciendo. Sin embargo, aquí es en donde se empieza a cuestionar esa “información”.

La crisis sanitaria de Covid-19, no sólo ha traído un problema, es decir, el virus, sino que también dio inicio a otro dilema, conocido como “infodemia”, o sea, que se ha producido un excedente en relación con toda la información que circula diariamente en internet, esto engloba tanto a las redes sociales digitales como a portales, blogs y sitios digitales de noticias, entre otros. Lo anterior, fue publicado por la misma Organización Mundial de la Salud (OMS) que catalogó a esto como una pandemia, pero de información. Sin embargo, toda la información a la cual nos hemos visto expuestos diariamente, no siempre es de fiar. Esto provoca que, para las personas, sea sumamente complicado identificar fuentes confiables, que brinden datos certeros y veraces. En consecuencia, las noticias falsas o “*fake news*” que abarrotan las redes sociales digitales, son artífices a la hora de crear incertidumbre dentro de la población, por lo tanto, informarse de lo sucedido sobre la pandemia en estos espacios digitales, ha sido una piedra más en el zapato, generando estrés, ansiedad y desconfianza en millones de personas, contagiando a la gran mayoría de un virus muy letal y peligroso: la desinformación.

## **2.4 MÉXICO Y LAS REDES SOCIALES DIGITALES DURANTE LA PANDEMIA DE COVID-19.**

En México, desde luego, las cosas han sido muy similares. En relación con el acto de informarse sobre lo que acontece sobre la pandemia, los mexicanos no solemos hacerlo de las mejores fuentes. Por lo general, obtenemos la información del primer medio que tengamos a la mano, y para mal nuestro, los medios más viables actualmente son las redes sociales digitales. Pero primero, veamos cómo han cambiado los hábitos digitales de los mexicanos, relacionados con la interacción diaria que tienen con sus perfiles en las redes sociales.

Por lo tanto, de acuerdo con un estudio realizado por la compañía global de información y medición con posiciones líderes de mercado en mercadotecnia, la empresa Nielsen IBOPE (La Jornada, 6 de mayo del 2020), desde que iniciaron las medidas de aislamiento social ocasionadas por el virus del Covid-19, los mexicanos han dedicado un 42% más de su tiempo a la navegación en redes sociales, siendo Facebook, WhatsApp, YouTube y Twitter los sitios más frecuentados.

Ahora bien, de estos, Facebook es la plataforma en donde más se ha registrado un mayor incremento en cuanto al tiempo de permanencia una vez que se inicia sesión en la misma. Antes de la contingencia, los internautas pasaban en promedio 1 hora 19 minutos de su tiempo en la plataforma, pero ahora, ese el promedio se ha elevado a 1 hora 54 minutos. Por su parte, en YouTube, antes de la llegada del virus, los usuarios solían visualizar videos cerca de 57 minutos en promedio, sin embargo, en el transcurso de la pandemia ese tiempo ha aumentado hasta 1 hora con 18 minutos. Por su parte, la aplicación de mensajería WhatsApp, registraba 50 minutos de uso promedio entre sus usuarios, los cuales han añadido 19 minutos más al tiempo que pasan en este sitio, dando un total de 1 hora 9 minutos. Y por último y no menos importante, Twitter, pasó de tener un tiempo promedio de estancia de 24 a 36 minutos. Todos los datos anteriores, claramente nos indican que lo mexicanos le han dedicado más tiempo a la navegación en redes sociales, dando por hecho que, su consumo de

información también ha sido mucho mayor, aunado a su preocupación constante sobre todo lo relacionado con la pandemia, tanto en el país como a nivel mundial.

No obstante, el estudio de Nielsen IBOPE, también nos brinda un dato muy importante y es que, según este, los mexicanos registran un mayor ingreso a redes sociales digitales desde dispositivos móviles, es decir, desde teléfonos celulares. Esto se debe a que los celulares poseen varias “bondades”, por ejemplo, los usuarios pueden ingresar a sus respectivos perfiles de manera más rápida y, encima, son más prácticos y sencillos de portar, así pues, esto hace que tengan mayor preferencia por encima de otros aparatos electrónicos, como tabletas o computadoras portátiles.

Ahora bien, como se comentaba en párrafos anteriores, las personas, por lo regular, entran a sus redes sociales digitales, sobre todo desde un celular, para enterarse sobre lo que acontece a su alrededor, en especial con el Covid-19, pero aquí es cuando entra en escena un componente esencial que son, las noticias falsas. De acuerdo con Luis Ángel Hurtado, investigador de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y autor del estudio nombrado “Radiografía sobre la difusión de *fake news* en México” (abril 2020), nuestro país ocupa el segundo lugar a nivel mundial en cuanto a generación de noticias falsas se refiere, sólo por detrás de Turquía. Los resultados arrojaron que, un 88% de las personas encuestadas, admitieron haber recibido información dudosa sobre la pandemia a través de Facebook, 90% vía WhatsApp y 89% por medio de Twitter. Sin lugar a dudas, estos son datos sumamente alarmantes que dejan entrever, lo constante que son las *fake news* en las redes sociales digitales.

No obstante, la difusión de todos esos datos falsos en estas plataformas, se da en proporciones diferentes. De acuerdo con un estudio elaborado por el Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano, dado a conocer en agosto del 2020 y, presentado por su titular, Jenaro Villamil, el 13% de las *fake news* circulan en Facebook, el 12% en Twitter, el 16% a través de WhatsApp y el 41% en medios no especificados, arrojando un total de 82%, el resto, el 18%, se filtra en blogs, sitios web y correos electrónicos. En efecto, queda claro que, las *fake news* son un cáncer que

invade los ecosistemas de las redes sociales digitales diariamente, volviéndose una plaga difícil de erradicar.

Por lo tanto, es necesario definir qué son las *fake news*, como influyen en la vida de las personas, su comportamiento y repercusiones durante la contingencia de Covid-19 y, para un mejor entendimiento, desglosar algunos ejemplos en los cuales, las *fake news* hayan tenido un papel específico.

## **CAPÍTULO III. FAKE NEWS.**

### **3.1 ¿QUÉ SON LAS FAKE NEWS?**

Con la aparición de los primeros medios de comunicación, como la radio o la prensa, las noticias falsas o *fake news* (su término en inglés) también hicieron acto de presencia. Claro está que, en aquellos tiempos, no eran tan frecuentes. Ahora bien, a partir de la segunda mitad del siglo XX, y con la finalización de la Segunda Guerra Mundial, una nueva era nació, y fue, la era de la globalización. Esta, sin lugar a dudas, vino a modificar en gran medida el cómo se manejaba y transitaba la información a partir de aquellos años. Así pues, “La globalización, en el campo de la información, ha permitido que se manejen y difundan grandes cantidades de datos e información cotidianamente; sin embargo, los mecanismos para identificar la información falsa, sin sustento científico u objetivos, son mínimos.” (Estrada. A, Alfaro. K, Saavedra.V, 2020, p. 94). Además, Manuel Blázquez Ochando, profesor del departamento de biblioteconomía y documentación de la Universidad Complutense de Madrid señala que, en los años más recientes, “La frecuencia mediática de las noticias falsas, ha aumentado notablemente, especialmente cuando se producen eventos de especial relevancia” (2018, p. 2) Y sin lugar a dudas, una pandemia a nivel mundial, siempre resultará un evento de suma importancia.

En este sentido, resultaría casi imposible negar que, la gran mayoría de las personas, han leído y quizás, compartido alguna noticia falsa, y más en los últimos meses, en los cuales, las *fake news* han invadido en demasía, muchos de los espacios informativos, pero especialmente, las redes sociales. Por lo tanto, resulta preciso

puntualizar qué son las *fake news* y cuáles son sus principales características. De este modo, una noticia falsa puede ser definida como:

*Un intento deliberado, exitoso o no, de ocultar, generar o manipular de algún modo, información factual y/o emocional, por medios verbales o no verbales, con el fin de crear y/o mantener en otras personas una creencia que el propio comunicador considera que es falsa. (Miller, G. R.; Stiff, J.B. 1993, citado por Blázquez, M. 2018, p. 2)*

En relación a esto, el propio Blázquez Ochando, enumera una serie de características que comparten las *fake news*, dentro las cuales, siempre se puede encontrar que hay:

*1) Una alteración de los hechos en distintos grados; 2) Un discurso superfluo de las noticias; 3) Un discurso emocional primario; 4) Un vocabulario y recursos lingüísticos propensos en mensajes embaucadores, exageración, hipérbolos y circunloquios; 5) Titulares cortos e impactantes; 6) Escasez de texto que desarrolle la noticia; 7) Incumplimiento de las cinco “W”; 8) Ausencia de fuentes y reseñas; 9) Falta de pruebas documentales; 10) Inmediatez de la información; 11) Información no contrastada con otras fuentes y noticias enlazadas; 12) Alto nivel de difusión en redes sociales; 13) Alto porcentaje de comentario prefabricados o valoraciones positivas en las redes sociales; 14) Mensajes orientados a influir en la opinión y decisión del destinatario; 15) Mensajes con doble moral, enfocados en asuntos de alta sensibilidad para el destinatario; 16) Mensajes que presentan el problema y la solución velada y dirigida. (2018, p.14)*

Por su parte, los académicos Edson C. Tandoc Jr, Zheng Wei Lim y Richard Ling, han clasificado a las *fake news* en seis categorías distintas, que son:

*Las fake news de sátira (humor y exageración); parodia (difiere de la sátira en su uso de información no objetiva para inyectar humor y ridiculizar); fabricación (no tienen una base objetiva, pero se publican con el estilo de las noticias para parecer legítimas); manipulación (describen noticias visuales adulteradas);*

*publicidad (destinada a vender o promocionar un producto, una compañía o una idea); propaganda (creadas por una entidad política para influir en las percepciones públicas) (2018, citados por Estrada. A, Alfaro. K, Saavedra.V, 2020, p. 99)*

No obstante, e independientemente de la categoría en la cual se encuentren, las noticias falsas se han posicionado como estrategias que, constantemente, buscan “Captar la atención de las personas para, de esta manera, influir en su comportamiento y en sus pensamientos” (Blázquez, 2018, p. 14). En consecuencia, estas falsas creencias esparcidas, tienen el poder de infligir un daño en los sujetos que se ven expuestos a ellas. Ahora bien, cabe aclarar que, el desenvolvimiento y evolución de las *fake news*, ha sido distinto con el pasar de los años y estos, a su vez, se han visto modificados con la interrupción de las nuevas tecnologías de la información y comunicación.

### **3.2 FAKE NEWS, TIC’S Y SU INJERENCIA EN LA COTIDIANIDAD DE LAS PERSONAS.**

Actualmente, algunas de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, han tenido un papel fundamental a la hora de hablar y compartir noticias falsas y, sobre todo, cuando se cuestiona el crecimiento exponencial de estas mismas. De esta manera, cabe mencionar que:

*Con la irrupción de las tecnologías de la información y comunicación, se ha incrementado el acceso a la información, pero también se incrementó la información de baja calidad y errónea, al colocar en la misma posición a las noticias reales y a las noticias falsas. (Estrada. A, Alfaro. K, Saavedra.V, 2020, p. 95).*

En consecuencia, la información correcta, se ha visto enfrascada en una lucha constante dentro de los ecosistemas digitales, contra la información inventada y errónea, que con el pasar del tiempo, parece irle ganando más terreno a los datos que son verídicos. Por otro parte, la profesora en Derecho Constitucional de la Universidad de Jaime I de Castellón, Cristina Pauner Chulvi, comenta que:

*Con el advenimiento de un entorno digital y la necesidad de una información permanente actualizada se ha quebrado la precisión que requiere la elaboración de las noticias, una de las condiciones básicas para ofrecer información de calidad y sin errores. (2018, p. 298).*

En relación a esto, hay que aclarar que, todos los días, una gran cantidad de información es producida y plasmada en mensajes, los cuales pueden ser escritos u orales (el caso de un video, por ejemplo). Por lo tanto:

*La producción de mensajes está supeditada e inmersa en el uso masivo de las TIC y posibilita, en muchas oportunidades, que estos mensajes sean irrelevantes desde la perspectiva de la veracidad, existiendo una especie de -inflación de la información- (aumento) que la degrada y la hace perder su valor constantemente. (Doomen, 2009, citado por Estrada. A, Alfaro. K, Saavedra.V, 2020, p. 96)*

Aparte de eso, aquí habría que sumarle otro elemento importante, visible en estas nuevas tecnologías, y es que, “Las TIC configuran nuevas formas y posibilidades de interacción entre personas y organizaciones y, originan nuevas conectividades mediante el uso de estructuras informativas”. (Estrada. A, Alfaro. K, Saavedra.V, 2020, p. 101). En este sentido, debemos mencionar que, en la actualidad, estas nuevas interacciones se manifiestan, de manera cotidiana, en unas plataformas que millones de personas utilizan diariamente, es decir, en las redes sociales. Los investigadores de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Alonso Estrada, Karen Alfaro y Valeria Saavedra, señalan que “Las redes sociales juegan un rol importante en la aparición de supuestos hechos carentes de veracidad y tiene un gran impacto por la magnitud de la escala en la que proliferan los mensajes y por su horizontalidad” (2020, p.96) En consecuencia, esto apoya la noción de que, las redes sociales se posicionan como un terreno sumamente fértil para la proliferación de noticias falsas y para la propagación de las mismas.

Además, en estos espacios y, comparándolos con los medios tradicionales, el flujo de información se exhibe y se expone, de una manera demasiado acelerada.

Pauner Chulvi nombra a esto una “Cascada informativa” (2018, p. 302), es decir, los usuarios de estas plataformas continuamente están visualizando distintos acontecimientos y datos, los cuales son “validados” de acuerdo al alcance y a las interacciones producidas a partir de estas, esto último, le da una falsa “legitimidad” a la noticia, justificada con el nivel de difusión que alcanzó.

Ahora bien, también hay que señalar que las redes sociales les otorgan ciertas “virtudes” a sus usuarios. En este sentido, la Federación Internacional de Periodistas, señala, en una guía publicada para combatir la desinformación y las *fake news* que, “Las redes sociales permiten a los usuarios ser productores y consumidores de contenidos a la misma vez, y han facilitado la difusión de contenido engañoso, falso o fabricado” (2018, p.1). En relación a esto, cabe señalar que:

*Gran cantidad de noticias falsas, son originariamente fabricadas por spammers que pretenden engañar a los usuarios... y lucrarse de ingresos publicitarios por cada clic que hagan esos usuarios. Se trata de falsos periódicos o páginas con apariencia informativa que actúan deliberadamente. (Pauner, C. 2018, p. 301-302)*

De este modo, lo anterior nos deja entrever que “Las redes sociales... han permitido que cualquier persona se convierta en periodista, sin necesidad de una formación específica, en lo que se conoce como “Periodismo ciudadano” (Espiritusanto,O; Rodríguez, P.G. 2011, citado por Blázquez, M, 2018, p. 8). Por lo tanto, este mismo autor, señala que “La simplificación de la tarea (periodismo) y la inmediatez de la información, han desvirtuado el concepto de información fidedigna, y han provocado una saturación de contenidos informativos” (Blázquez, M, 2018, p. 8)

Desde luego, este abarrotamiento del cual habla Blázquez, es el causante de que muchas veces, los mismos usuarios no corroboren en otras fuentes, la información que están leyendo, sobre todo cuando lo hacen dentro de las redes sociales. Al parecer, las personas simplemente leen por leer y no someten esos datos a un análisis más profundo y exhaustivo. Esto nos indica que, “En las redes sociales no se les da importancia a los referentes (intelectuales o científicos) ...propiciando un aniquilamiento simbólico de las fuentes” (Estrada. A, Alfaro. K, Saavedra.V, 2020, p.

100). Por consiguiente, en estas plataformas se “Contraponen el efecto de la instantaneidad que prevalece sobre la prudencia y la verdad” (Blázquez, 2018, p. 14). En este sentido, los investigadores Estrada, Alfaro y Saavedra señalan que:

*Con la aparición de nuevos medios como Facebook o Twitter y su inmediatez (compartir o retuitear), no permiten a las personas evaluar críticamente la información que se publica porque no hay un período de tiempo necesario para la reflexión o revisión de las fuentes. (2020, p. 99).*

Por esta razón, la velocidad con la que circulan las noticias en las redes sociales, juega un papel en contra de los mismos usuarios, restándoles tiempo cuando el objetivo es autenticar la información que se está leyendo. De este modo, el simple hecho de rebatir una noticia falsa, la gran mayoría de las veces, se convierte en una carrera contrarreloj. Por ende, a esto habría que sumarle otra consecuencia, ya que, debido a la misma celeridad que abunda en estos sitios, “Una noticia falsa se puede replicar miles de veces en cuestión de segundos” (Federación Internacional de Periodistas, 2018, p. 1). Asimismo, Nicole Cooke, profesora en la Facultad de Ciencias de la Información en la Universidad de Illinois, comenta que:

*Con la rapidez e inmediatez de internet, las fake news se vuelven virales, sin que sus contenidos sean examinados o confirmados. Sin embargo, si tal información se retrae, se refuta o se corrige, el daño ya ha sido hecho y la evidencia se archiva digital y perpetuamente. (2017, p. 211, citada por Estrada. A, Alfaro. K, Saavedra. V, 2020, p. 100).*

De manera que, una vez que la noticia falsa haya empezado a circular dentro de los ecosistemas digitales, su huella será permanente.

Ahora bien, es preciso no dejar pasar el enorme poder que tienen las redes sociales actualmente sobre la información y el manejo de esta misma. En relación a esto, Pauner Chulvi, comenta que:

*En la actualidad, el control sobre la distribución de las noticias ya no está en manos de los medios de comunicación, sino de las redes sociales, que son las*

*que seleccionan y filtran las informaciones mediante algoritmos y plataformas que son complejas, opacas e impredecibles. (2018, p. 302).*

Estos mismos algoritmos, se adaptan de acuerdo a los gustos y preferencias de cada usuario, encima, anulan ciertos elementos cruciales para el análisis de las noticias.

Continuando con lo anterior, Pauner Chulvi señala que, estos algoritmos “Suprimen fuentes diversas, e incluso contradictorias de información - esto es, aquellas que retan nuestras convicciones personales - “(2018, p. 303). Sin embargo, esta crítica a los algoritmos que prevalecen en las redes sociales, no es algo nuevo. Esta misma autora, indica que, “Los algoritmos de filtrado ya demostraron no ser capaces de evaluar y diferenciar la calidad y la fiabilidad de las noticias”. (Pauner. C, 2018. P. 303). Esto resulta muy lógico, ya que, estos mismos algoritmos no tienen el poder de distinguir una noticia verdadera de una falsa, esto es algo que no está dentro de sus tareas principales.

En consecuencia, esta autora añade que “Estas redes sociales y sus algoritmos no solo no limpian el universo de la comunicación de mentiras, sino que amplifican la difusión de contenido peligroso, a la vez que reducen la visión del mundo” (Pauner. C, 2018, p. 304). Así pues, cabe señalar que estos conjuntos de operaciones, también propician que los puntos de vista, por parte de las personas, cada día sean más distantes y extremos, lo cual ha fomentado que, nuevos grupos sociales, surgidos en los últimos años, sean aún más divergentes en comparación con los del pasado.

Ahora bien, el filtrado de noticias que realizan los algoritmos de las redes sociales, también inciden en otro aspecto importante, dado que, poco a poco, van moldeando y modificando nuestras creencias sobre lo todo lo que nos rodea y lo que acontece en el mundo. En este sentido, Pauner Chulvi señala que:

*El principal efecto de los filtrados personalizados de información en función de nuestros gustos personales, es que la versión del mundo que nos encontramos a diario solo sirve para confirmar y reafirmarnos en nuestras creencias*

*preexistentes gracias a la limpieza invisible a la que ha sido sometida. (2018, p. 303).*

Por esta razón, también se tiene que hacer la introducción de un término reciente, pero crucial para nutrir aún más la discusión: la *posverdad*.

### **3.3 FAKE NEWS Y POSVERDAD.**

Ahora bien, en relación con este tema, podemos comenzar mencionando que, la encrucijada de las *fake news* dentro de la pandemia de Covid-19, se ha desarrollado, de igual forma, en un contexto impregnado por la *posverdad*. Así pues, las “noticias falsas” y “la *posverdad*” “Mantienen una relación cercana y complementaria ya que... muy habitualmente se da entre ellas una correlación temporal”. (Puaner. C, 2018, p. 300) Y precisamente, esa correlación provisional, se ha dado durante la contingencia sanitaria de coronavirus.

#### **Figura 11.**

*Concepto abstracto posterior a la verdad.*



*Nota: Esta imagen ha sido diseñada utilizando recursos de Freepik.com (2021)*

No obstante, según algunos investigadores, el fenómeno no es totalmente nuevo:

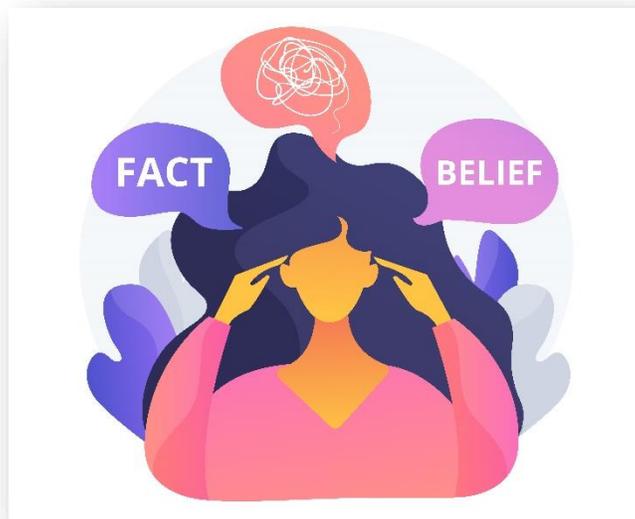
*Lo que llamamos “posverdad” se refiere a una coyuntura producida por varios hechos o fenómenos que habían estado ocurriendo durante décadas (o siglos, en algunos casos), pero que se relacionaron o interactuaron de cierta manera solo en los últimos años. (Ávila. Carlos, 2020, p. 3)*

Así pues, reforzando lo comentado en la cita anterior, otros debatientes del tema han comentado que:

*El uso de esta expresión para designar el momento actual es visto... como inapropiado como una moda pasajera, ya que sería solo un nuevo nombre para un fenómeno antiguo, y su uso sería ignorar todo lo que ya se ha producido y pensado sobre el tema. Sin embargo, para quienes se dedican efectivamente al estudio del fenómeno, se trata realmente de un nuevo proceso en la historia de la humanidad, marcado por ciertas características específicas. (Ávila. Carlos, 2020, p. 2)*

En relación con lo anterior, cabe señalar que el término ha ganado tal fuerza, al grado de que el Diccionario de Oxford eligió a la *posverdad* como palabra del año en 2016, definiéndola como un adjetivo relacionado con “Circunstancias en donde los hechos objetivos influyen menos en la formación de la opinión pública que aquellos que apelan a las emociones y a las creencias personales” (citado por Estrada. A, Alfaro. K, Saavedra.V, 2020, p. 98). Por su parte, para la Real Academia de la Lengua Española (RAE), la *posverdad* es “Toda información o aseveración que no se basa en hechos objetivos, sino que apela a las emociones, creencias o deseos del público” (2016, citado por Estrada. A, Alfaro. K, Saavedra.V, 2020, p. 98).

**Figura 12.**  
*Hechos y creencias.*



*Nota: Esta imagen ha sido diseñada utilizando recursos de Freepik.com (2021)*

Sin embargo, a estas definiciones se suman las de otros investigadores y expertos en el tema. Algunos comentan que “La *posverdad* consiste en la relativización de la veracidad, en la banalización de la objetividad de los datos y la supremacía del discurso emotivo” (Zarzalejos. José, 2017, p. 11). Frente esto, otros investigadores también señalan que:

*El fenómeno de la posverdad es una corriente que se vale del subjetivismo por encima de la razón o de los hechos...Los hechos objetivos y lógicos pierden relevancia frente a un discurso que apela a la emotividad, creencias o sentimientos para ser aceptados por la sociedad. (Estrada. A, Alfaro. K, Saavedra.V, 2020, p. 98)*

Asimismo, José Antonio González de Requena Farré, comenta que a la *posverdad* se le puede considerar como “Una forma de charlatanería que provee invenciones, representaciones distorsionadas, medias verdades, bulos y algo de escándalo, con indiferencia a la veracidad, sin preocupación por la deshonestidad e, incluso, mediante una mitigación eufemística del mentir”. (2019, p. 99)

Igualmente, la expresión de la *posverdad* “También está relacionada con una cierta disminución de la razón, de las actitudes racionales, en detrimento de las acciones dirigidas por lo emocional o por creencias, prejuicios, o visiones

preconcebidas. (Ávila. Carlos, 2020, p. 2). Por ende, la *posverdad* funciona siempre y cuando, las personas prioricen seguir sus creencias, prejuicios y/o emociones en lugar de una verdad claramente objetiva. Pauner Chulvi, menciona que, la *posverdad* funge como:

*Un elemento disruptivo y perturbador que produce un efecto desestabilizador y una respuesta irracional en la sociedad...Además, deja entrever que, aquello que las personas sienten ante un estímulo, sus emociones respecto de una idea o de un líder, o sus sensaciones subjetivas, influyen de una forma más efectiva en la toma de sus decisiones que los datos y estadísticas objetivas o los hechos comprobados siendo más importantes para ellos que la verdad. (2018, p. 301).*

**Figura 13.**

*Noticias falsas alrededor de la lupa.*



*Nota: Esta imagen ha sido diseñada utilizando recursos de Freepik.com (2021)*

En este sentido, es conveniente mencionar un argumento que realiza la profesora Nicole Cooke, en el que postula que:

*Actualmente, vivimos en una era posterior a la verdad, una era en la que las audiencias son más susceptibles de creer en la información que apela a las emociones o a las creencias personales existentes, en oposición a la búsqueda y a la aceptación de la información considerada como factual u objetiva. (2017, citada por Estrada. A, Alfaro. K, Saavedra.V, 2020, p. 98).*

Llegado a este punto, también vale la pena señalar que:

*Contribuyen a las posverdad el encubrimiento de la impostura en algunas prácticas profesionales y círculos intelectuales, la gran escala de fabricación de falsedades y circulación de medias verdades en los medios de comunicación de masas, el incentivo mediático a la ficción y la desinformación, el protagonismo concedido a los farsantes y los tramposos en los medios, así como las nuevas formas de engaño tecnológicamente asistido y de mentira virtualizada en la Web y en las redes sociales. (Keyes, 2004. Citado por González. J, 2019, p. 99)*

De esta manera, la *posverdad*, que se vio engendrada a partir de la globalización, no es más que el estado en el cual se encuentran actualmente la sociedades y pueblos en todo el mundo. Por lo tanto:

*La consolidación de la posverdad contemporánea resulta inseparable de la actual alienación informativa de los públicos, ya que, al aislarse las personas en círculos, redes sociales y comunidades virtuales acotadas, se generan burbujas informacionales que operan como compartimientos ideológicos en los cuales solo se refuerzan las propias creencias y la desinformación en común, sin oportunidad de rastrear las fuentes primarias de los bulos- consumidos como información viral- ni de contrastar las versiones difundidas en sitios fraudulentos de la Web. (Cooke, 2017. Citado por González. J, 2019, p. 99-100)*

El resultado de esto es que “Las audiencias tienen confusión, distorsionan las percepciones y la comprensión de la realidad e impiden establecer criterios de valor para identificar la información viable de la espuria o aquella sesgada de forma intencional” (Estrada. A, Alfaro. K, Saavedra.V, 2020, p. 102)

Así pues, esto último mantiene una relación directa e incide, en la larga lista de acontecimientos que se han producido en el transcurso de la contingencia de Covi-19 y que involucran una cantidad enorme de *fake news*, en la cuales, tanto las creencias personales como el engaño producido por parte de los datos, han influido para que la

gente cometa una serie de actos que han sido catalogados desde absurdos hasta muy peligrosos, en los cuales incluso, se ha puesto en riesgo la vida de terceros.

### **3.4 LAS FAKE NEWS EN EL CONTEXTO DEL COVID-19.**

Para comenzar, hay que aclarar que, cuando un tema se vuelve de interés global, el aumento de noticias falsas en relación a este, será muy notable, dado la importancia que dicho tema tiene para todas las sociedades y pueblos del mundo. Por lo tanto, cuando dio inicio la contingencia de coronavirus, el mismo Director General de la Organización Mundial de la Salud, Tedros A. Ghebreyesus mencionó que, además de luchar contra el virus del Covid-19, las personas también habrían de hacerle frente a una “Epidemia mundial de información errónea a través de las plataformas de redes sociales” (Arroyo. A., Cabrejo. J., Cruzado. M. 2020, p. 5). De este modo, una vez que salió la primera noticia relacionada con el virus, progresivamente fueron apareciendo más y más notas, sobre todo, en las redes sociales, relacionadas con este nuevo agente infeccioso, hasta que, este cúmulo de información se volvió un problema demasiado serio.

Desde luego, la misma OMS también le dio seguimiento a este nuevo dilema, al cual denominó como una “*Infodemia*”. Siendo así, la prestigiosa revista *The Lancet* señala, en un artículo que:

*El término infodemia se refiere a un gran aumento del volumen de información relacionada con un tema en particular, que puede volverse exponencial en un período corto...En esta situación, aparecen en escena la desinformación y los rumores, junto con la manipulación de la información con intenciones dudosas. (2020, citado por Alfonso, I., Fernández, M.,2020, p. 4)*

**Figura 14.**  
*Concepto de infodemia.*



Nota: Esta imagen ha sido diseñada utilizando recursos de Freepik.com (2021)

Cabe señalar que, toda esa información falsa y engañosa, actualmente es transmitida rápidamente a través de las redes sociales que, cabe mencionar, ocupan un espacio considerable de nuestro tiempo a lo largo del día. Encima, estos sitios hacen que la información falsa, llegue prácticamente a cualquier rincón del planeta.

Ahora bien, esta *infodemia* relacionada con el Covid-19, ha estado claramente marcada por la distribución y circulación de cadenas de información que se han caracterizado por ser confusas, inexactas e incompletas, y que encima, en ningún momento han sido verificadas ni avaladas por parte de la comunidad científica. Desde luego, es importante mencionar que, estas acciones claramente tienen una intención y que, por ende, han sido el detonante para causar miedo, preocupación, ansiedad y pánico en la gente. Además, y derivado de esto, millones de personas se han mantenido renuentes y reacios entorno a la medidas sanitarias e higiénicas que fueron impuestas por las autoridades gubernamentales y de salud, a raíz de que inicio la pandemia.

Por consiguiente, “El temor irracional y masivo que ha asediado a miles de personas durante la crisis sanitaria, solo ha servido como un desestabilizador cuando lo que se requería era exactamente lo contrario.” (Arroyo. A., Cabrejo. J., Cruzado. M. 2020, p. 5).

Por otra parte, también cabe mencionar que el crecimiento desmesurado y desmedido de información relacionada con el coronavirus que, muchas veces viene desestructurada, hace imposible la tarea de analizar, asimilar y procesar esa misma información. Además, la rapidez con la que han circulado las *fake news* a través de las redes sociales y, el simple hecho de compartirlas y hacerlas aún más virales, han demostrado que, las personas no contamos con las habilidades necesarias para identificar noticias falsas, y que mucho menos, estamos preparados éticamente para examinar y compartir información en un mundo digital global, dejando pasar si lo que hicimos estuvo bien o mal.

No obstante, durante la pandemia también se han hecho evidentes ciertas ironías ya que, tenemos una “Sobre abundancia de la información” (Alfonso, I., Fernández, M., 2020, p. 2). Sin embargo, la gran mayoría de las personas, no han sabido estudiarla detenida ni minuciosamente. Para algunos autores, esta situación resulta algo irreal, comentando que:

*Esta es una de las paradojas culturales más representativas de nuestra época: disponemos de los recursos y medios para la accesibilidad de la información, pero la limitada capacidad de procesamiento de la mente humana provoca que el umbral de comprensibilidad de los acontecimientos se vea sobrepasado por la excesiva cantidad de información que recibimos. (Area. M., Pessoa. T., 2012, citados por Alfonso, I., Fernández, M., 2020, p. 2*

Quizás, esta situación también se podría ejemplificar con una cita del icónico libro *Fahrenheit 451*, del escritor estadounidense Fray Bradbury, en la cual, uno de los personajes comenta lo siguiente: “Lánzales encima tantos hechos que se sientan abrumados, pero totalmente al día en cuanto a información” (1953, p. 51, citado por (Estrada. A, Alfaro. K, Saavedra.V, 2020, p. 95).

De esta manera, queda claro que, durante la contingencia, la población mundial, ha tenido una enorme dificultad a la hora de enfrentarse contra toda esa

información relacionada con el Covid-19, pero incluso, han tenido más inconvenientes, a la hora de detectar y discernir si esa información es falsa o no.

En relación a esto, hay un tema sumamente relevante y es el cómo inicia la propagación de las *fake news* y, en efecto, en este apartado, la gran mayoría de ellas comparten ciertas características. En este sentido, Sue Llewellyn, comparte un argumento. Ella describe que la mayoría de estas noticias comienzan de la misma manera:

*Un especialista en salud o un trabajador del gobierno, aparentemente pariente o amigo, comparte una advertencia, consejo o noticia que suena creíble e incluso puede tener un núcleo de verdad, pero casi siempre provoca una respuesta emocional en el lector, donde el miedo y la indignación son los más contagiosos. (2020, citada por Arroyo. A., Cabrejo. J., Cruzado. M. 2020, p. 6-7).*

Y precisamente así o de maneras muy parecidas, es cómo han surgido las noticias falsas o *fake news* durante el transcurso de la pandemia de coronavirus que, consta decir, han sido demasiadas.

En este sentido, una vez que el Covid-19 fue declarado una crisis sanitaria para la salud pública mundial, la Organización Mundial de la Salud, lanzó el programa denominado EPI-WIN: Who's Information Network for Epidemics (Red de Información de la OMS para Epidemias) Esta plataforma:

*Es una red de amplificación, diseñada para proporcionar información adaptada y oportuna a sectores específicos con el propósito de utilizar sus canales rápidos para llegar a la población objetivo...Su finalidad es ser una red de comunicación bidireccional que aborde las necesidades de información clave a la vez que proporciona evidencia científica para refutar la información errónea y combatir la infodemia. (Organización Mundial de la Salud, 2020, citada por Arroyo. A., Cabrejo. J., Cruzado. M. 2020, p. 7).*

Por otra parte, la misma OMS, también firmó alianzas con plataformas digitales, como Facebook, Twitter, WhatsApp y YouTube para que estas, redoblen esfuerzos y filtren toda la información falsa que transita diariamente a través de sus sitios, redirigiendo a sus usuarios única y exclusivamente hacia fuentes creíbles, las cuales ofrezcan información médica de confianza y avalada por la comunidad científica. Además, Facebook, Twitter y YouTube, han señalado que les han ofrecido a sus usuarios enlaces, para que estos tengan una línea directa de comunicación con la OMS y con los Centros Para el Control y la Prevención de Enfermedades, entre otros.

Incluso, la Red Internacional de Verificación de Datos o IFCN, por sus siglas en inglés (International Fact-Checking Network), la cual, “Es una unidad creada por el Instituto Poynter, con el objetivo de verificar hechos a nivel internacional; se ha dado a la tarea de analizar todo el flujo del contenido falso relacionado con el coronavirus. (Alfonso, I., Fernández, M., 2020, p. 5)

Sin embargo, a pesar de los esfuerzos e iniciativas mencionadas, la proliferación de *fake news* a lo largo de la contingencia sanitaria, ha sido un hecho irrefutable. En este sentido, México no ha sido la excepción. El incremento de noticias falsas en nuestro país, ha sido una cuestión que ha provocado la aparición de otros problemas un poco más serios, tanto para la sociedad, como para las instituciones gubernamentales y de salud.

### **3.5 MÉXICO Y FAKE NEWS: ANÁLISIS DE CASOS NACIONALES DURANTE LA PANDEMIA DE COVID-19.**

Ahora bien, en México como en muchos otros países, tanto las instituciones de salud pública, gubernamentales y la misma sociedad, han tenido que enfrentar y analizar una ola inmensa de *fake news*, todas ellas, relacionadas con el virus del Covid-19, las cuales, con el transcurso de los meses, lejos de disminuir, han aumentado en demasía, desestabilizando y dañando tanto los tejidos sociales, económicos y de salud pública de nuestro país.

Desde luego, han sido muchas las noticias falsas que han circulado en las redes sociales sobre el coronavirus.

Así pues, estas han ido desde poner en duda el origen del virus o un alto escepticismo sobre la existencia del mismo; sospechar sobre el número real de infectados y fallecidos, comentarios indicando que el virus es parte de un plan para dominar el mundo. En relación a esto último, muchas personas argumentaron que el virus en realidad era un arma biológica la cual había sido liberada con la firme intención de consolidar la hegemonía mundial de ciertos países, entre ellos China. También vale la pena recordar que ciertos individuos, recomendaban ciertos medicamentos (químicos o naturales) para acabar con el virus. Asimismo, con el paso de los meses, nació una enorme incertidumbre en torno a la elaboración y aplicación de las vacunas. De estas, varios grupos anti vacunas se dieron a la tarea de crear un discurso de rechazo entorno a ellas, como que estas eran antinaturales y que en realidad propiciaban la aparición de otras enfermedades como cáncer, autismo y que además, provocaban esterilidad en quien se las colocara para así, controlar el crecimiento de población.

No obstante, a nivel local, algunas *fake news* fueron más extremas y peligrosas, como por ejemplo, argumentos asegurando que: “aviones del gobierno estaban esparciendo el virus para que la gente se enfermara” , “en los hospitales se estaba matando a los enfermos de Covid-19”, “se estaban robando el líquido de las rodillas de los pacientes enfermos de coronavirus”, “había que acudir a fiestas masivas para lograr la inmunidad de rebaño”, “tomar dióxido de cloro ayuda a prevenir o a curarse del virus”, “con las vacunas también se nos inyectará un chip con el cual nos controlarán”.

Por ende, todos estos falsos señalamientos, solo empeoraron la situación, engendrando más preocupación y miedo en la población. En consecuencia, esto provocó la ejecución de ciertas acciones muy desacertadas por parte de la misma gente que simplemente, nunca se cuestionó la información que le llegaba a las manos.

Siendo así, son varios los casos con los cuales, podemos ejemplificar y demostrar el grave impacto, así como los efectos que han tenido las noticias falsas sobre el Covid-19, en México. A continuación, algunos de ellos, los cuales fueron los que resonaron e impactaron más dentro de la sociedad mexicana.

### **3.5.1 CASOS DE IRRESPONSABILIDAD E IGNORANCIA EN PUEBLOS Y MUNICIPIOS.**

Por desgracia, en los pueblos y municipios más alejados y marginados de las grandes ciudades en México, es en donde se han suscitado algunos de los casos más turbulentos relacionados con la desinformación a partir de la lectura de noticias falsas. En estos episodios, los habitantes, confundidos y temerosos, han tomado medidas un poco drásticas y peligrosas, tanto para ellos mismos como para funcionarios gubernamentales de esas entidades.

Así pues, algunos de los hechos más llamativos relacionados con lo anterior, son los que se desarrollaron en diversos pueblos ubicados en el Estado de México. Por ejemplo, de acuerdo a información publicada en el portal digital del periódico *El Universal*:

*Los habitantes de las comunidades Emiliano Zapata, Las Vías, Dolores Enyege, Concepción, Santa Ana Ixtlahuaca, San Isidro y San Pedro el Alto, pertenecientes a los municipios de San José del Rincón, San Felipe del Progreso e Ixtlahuaca de Rayón, levantaron barricadas e instalaron retenes provisionales, con el propósito de impedir el acceso a todo vehículo o persona ajeno a sus comunidades. (8 de mayo del 2020)*

Todo esto se produjo por audios y mensajes que empezaron a circular días antes a través de WhatsApp y Facebook, en los cuales, se afirmaba que supuestos fumigadores, realizarían tareas de sanitización por vía terrestre y área, pero que, en realidad, estos buscarían esparcir el virus para que la gente se enfermara. Desde luego, nadie se dio a la tarea de investigar esta noticia falsa y desmentirla, lo cual,

solo consiguió desatar el pavor en la gran mayoría de los habitantes de esos pueblos, que encima, acompañaron las revueltas con la quema de llantas y según testigos, la denotación de algunas armas de fuego, haciendo aún más convulsa la situación. Además, los mismos residentes, argumentaban una mala campaña de comunicación por parte de sus autoridades municipales ya que, estas, no brindaban, en ningún momento, comunicado alguno sobre las campañas y acciones implementadas para proteger a sus habitantes del virus.

En otro hecho, publicado en el portal del periódico *La Jornada* se narra que:

*Ejidatarios y comuneros de las comunidades Cresencio Morales, Curungueo, Francisco Serrato, Ocurio, Emiliano Zapata y San Cristóbal, pertenecientes al municipio de Zitácuaro, Michoacán; se armaron con palos, tubos y machetes y bloquearon las carreteras que dan acceso a sus respectivos poblados, todo esto debido a la circulación, en WhatsApp, de un rumor que indicaba que un grupo de desconocidos, pretendían realizar labores de fumigación con la intención de infectar a la gente con el SARS-CoV-2. (12 de mayo del 2020)*

En consecuencia, estas personas decidieron tomar cartas en el asunto, sin saber que se trataba de una noticia, a todas luces, completamente falsa. Esto indica que, en esta ocasión, al igual que en la anterior, ninguna persona se preocupó por corroborar o verificar la historia, confiando, a ciegas, de lo que recibían en sus teléfonos celulares.

Debido a esto, y como manera de refuerzo, se ha realizado una entrevista al ciudadano Omar Díaz Domínguez, quien se desempeña como trabajador dentro del Gobierno del Estado de México, quien, además, padeció y superó los síntomas que provoca este terrible virus. A continuación, la entrevista, en donde esta persona, nos brinda su testimonio sobre su experiencia con las redes sociales durante la pandemia de Covid-19.

**Entrevistador: Hola Omar, muy buenas tardes. Antes que nada, muchas gracias por el tiempo brindado. Iniciamos esta entrevista con la siguiente pregunta: ¿Utilizas alguna plataforma de redes sociales?**

*Omar: Sí, claro, ahora sí que las más comunes, las cuales son Facebook, Instagram, por mencionar las más habituales en el día de hoy, que son las que yo más utilizo y pues en algún momento, los medios de comunicación como son WhatsApp, últimamente que fue Telegram y pues nada más en cuanto a eso.*

**E: ¿Sueles utilizar tus redes sociales para informarte y ver noticias?**

*O: Tal que la utilice para informarme, no, obviamente sabemos que el día de hoy existe mucha publicidad con respecto a lo que están sucediendo en el mundo, entonces, creo que es parte de lo que estamos viviendo y es inevitable en algún momento leer ese tipo de noticias. Como tal, que yo las busque en alguna red social, no, pero obviamente por todo lo que conlleva la mercadotecnia y que te aparece en los anuncios, pues en algún momento, si llego a leer artículos relacionados con esto del Covid.*

**E: ¿Consideras confiables las fuentes de las cuales te informas?**

*O: De las que yo consulto, y si yo llegase a buscar algún artículo sobre la pandemia, si trato de buscar fuentes confiables. Cuando yo las veo, que aparecen como comentarios como en Facebook, que aparecen las noticias, en este caso, no las considero confiables.*

**E: ¿Sueles verificar en otros medios la información vista y/o leída?**

*O: Sí, porque de alguna manera, sabemos actualmente, que las noticias se pueden mal interpretar, y creo que también depende de cómo las intérpretes, en este caso, yo como persona, y si en algún momento tengo algún tipo de duda pues sí, la verdad es que, trato de verificar en otro lado si es verídico ese artículo, y obviamente, si veo que los artículos coinciden, doy por hecho que es una noticia verídica y real.*

**E: ¿Alguna vez has detectado que la información consumida sea falsa?**

*Sí, en muchísimas, porque cabe mencionar que los medios televisivos, te mantienen informado de toda esta situación, creo que esos son, en algún punto, los más*

*confiables, es por eso que creo, que, si se detecta porque, luego a veces los artículos alarman más de lo que es en realidad, entonces, debido a esto, sí he detectado muchas noticias que son falsas.*

**E: ¿Has llegado a compartir alguna noticia falsa en tus redes sociales, sin saber que lo era?**

*O: Fíjate que, en este aspecto, no sé qué tan difícil sea detectar una noticia falsa. Como tal, yo no soy de las personas que comparte las noticias, la verdad me considero una persona no tan activa, utilizo solo cierto tiempo las redes sociales, no estoy en ellas interactuando al 100% como la demás gente, entonces como para llegar a compartir algún tipo de noticia, la verdad no, en primer porque, yo entiendo que compartir una noticia significa empezar a divulgar cierta información y no es verídica, puedo crear un mal hacia los demás lectores, entonces, lo que respecta a mi persona, comparto ningún tipo de noticia.*

**E: ¿Has tomado alguna decisión a partir de leer noticias relacionadas con la pandemia y el virus?**

*O: Sí, la verdad, creo que esto es ahorita, nuestro día a día, lo que se está viviendo en todo el mundo, y cabe mencionar que meses atrás, yo padecí esta enfermedad, entonces, creo que es interesante ver cómo se va desarrollando este virus, en este caso, suelo ver videos y leer artículos e informarme cómo se va evolucionando el virus durante la pandemia, cómo afecta tu cuerpo, cómo fue expandiéndose, qué es lo que sucede, actualmente en qué punto nos encontramos, porque ya llevamos prácticamente un año con esta pandemia y no se ha podido controlar al 100%, entonces si me gusta leer artículos u otras cosas de cómo va evolucionando todo esto, que claro, es un tema que no se está dominado al 100% y creo que es por eso que existen muchas noticias falsas, entonces es, a partir de eso, que te das cuenta que varias cosas van coincidiendo no solo con la opinión nacional, sino también internacional ya que no somos el único país afectado, entonces creo que, el estar informado y ver la actualidad de las cosas es una parte muy importante de todo esto.*

**E: ¿Consideras que las noticias falsas han influido en el desarrollo de la pandemia?**

*O: Sí, muchísimo, que creo esto se ha visto a nivel nacional porque, hay muchas noticias como supuestos medicamentos que te ayudan a que no te dé Covid y pues en realidad, entonces es muy importante que todas las noticias que lleguemos a leer, sean verídicas, pero eso llega a ser muy difícil, porque en la actualidad, en las redes sociales, las opiniones de la gente o de inclusive de los denominados influencers, influyen mucho en la opinión de la sociedad, y más porque, un día tienes una información y al otro día tienes otra completamente nueva, entonces con esto la gente no sabe para dónde irse, solo eligen una opción y no sabemos si esta les va a resultar buena o mala, incluso en el punto el que estamos actualmente, en un punto muy crítico de la pandemia, creo que si han llegado a influir demasiado porque creo que se llegó a infravalorar todo este tema de la pandemia y la gente se relajó, además, creo que las noticias falsas que han salido y que la gente ha leído han provocado que la sociedad no entienda o que tomen la pandemia como un juego y muchos sabemos que no se trata de un juego, sino de cuidar tu vida, de que si no te cuidas, puedes tener consecuencias.*

**E: ¿Consideras que la gente tiene las habilidades necesarias para identificar cuando una noticia es falsa?**

*O: No, yo creo que solo una mínima parte de la población, creo que la mayoría de la gente lee por leer y no analiza lo que está leyendo, en lo que respecta a México, creo que falta mucho ese hábito de la lectura y de comprender qué es lo que estás leyendo, no solamente es leer que el covid es mortal a leer qué es lo que puedes hacer si te lo detectas a tiempo, creo que, actualmente, las personas no llegan a comprender cuando una noticia es falsa, creo que se guían más por la influencia del amigo, del hermano, del papá que ya leyeron en Facebook o en tal lugar que el covid no existe. Con esto, creo que la gente, hoy en día, no está preparada para entender si una noticia es falsa o verídica, incluso creo que, las personas que no tienen bien desarrollada esa parte de la lectura, son quienes han salido más perjudicados, y todo por esas notas que dicen que “no te pongas el cubrebocas, no te va a pasar nada”. Francamente este tema lo considero un buen debate, al día de hoy, yo ahorita considero que no tenemos las habilidades necesarias.*

**E: ¿Usted se vacunaría contra la Covid-19?**

*O: Sí, considero hacerlo, porque de alguna manera, el haber padecido la enfermedad, me abrió mucho el panorama de cómo está pandemia, porque me ha quedado claro, que vamos a tener que vivir el día a día con esta nueva enfermedad, incluso leí en un artículo, que comentaba que el covid, en un futuro, será como una gripe normal, y también me doy cuenta que el mundo se está esforzando para combatir esta enfermedad. Con esto, yo si les diría a las personas que aún siguen escépticas, que mejor se lo piensen dos veces. Yo si me vacunaría porque aparte, la vacuna es un adelanto, solo espero que, con la vacuna, la gente no se vaya a relajar de más, pero yo, realmente si me pienso vacunar.*

De esta manera, concluimos esta entrevista y, tomando como ejemplo los primeros sucesos mencionados, es que podemos observar lo que puede acontecer si, un cierto grupo de personas, leen información engañosa y fraudulenta, claro está, dentro del contexto de la pandemia de Covid-19. Sin embargo, los casos que a continuación se presentan, fueron mucho más intensos, causándole daños físicos y psicológicos a la gente involucrada.

### **3.5.2 AGRESIONES A PERSONAL MÉDICO Y DE GOBIERNO.**

A causa de la crisis sanitaria, México se ha visto señalado, de manera negativa, por la gran cantidad de agresiones, tanto físicas como psicológicas, que ha sufrido la gran mayoría del personal médico que labora en todos los hospitales ubicados en lo largo y ancho del país. Los ataques han ido, desde los insultos verbales hasta los daños físicos, en los que se han reportado golpes hasta agresiones con diversos agentes líquidos como cloro y bebidas calientes. De igual forma, aunado a lo anterior, la discriminación hacia estos trabajadores de la salud, ha sido una constante ya que, en diversas ocasiones, a varios de ellos se les ha negado algún servicio, como el transporte; también varios establecimientos, desinformados, les han prohibido la entrada o, peor aún, algunos han documentado con evidencias, como sus vecinos, los han invitado “cordialmente” a mudarse de domicilio por miedo a contagiarse de coronavirus.

Siendo así, lo anterior queda constatado en un artículo redactado por la *BBC* en su portal digital, en cual, recoge el testimonio de una enfermera de nombre Ligia Kantun, de 59 años, quien labora en la ciudad de Mérida, Yucatán. Esta heroica enfermera comenta que “El 8 de abril, al salir del trabajo con su uniforme de enfermera, alguien pasó en coche a su lado y le tiró un café caliente por la espalda. Encima, le gritaron “¡Infectada!” (17 de abril del 2020). La misma Kantun señala, en otro párrafo, que, por ser trabajadora de la salud, con la pandemia “La gente te empieza a ver con cierta discriminación, como con asco...cuando entras al hospital, la gente se hace a un lado, se alejan y te ven medio raro” (17 de abril del 2020). No obstante, el mismo artículo también rescata los casos de Sandra Alemán, enfermera en San Luis Potosí, quien fue golpeada por un grupo de personas, causándole la fractura de dos dedos; y también el hecho que vivió Luis Gerardo Ramos, enfermero en la ciudad de Reynosa, Tamaulipas, a quien atacaron rociándolo con cloro en un centro comercial. En efecto, todo este hostigamiento perpetuado por varios ciudadanos, se ha debido a que estos, han consumido y visto noticias falsas, las cuales se han encargado de estigmatizar y manchar la labor de todos los trabajadores de la salud, que cabe mencionar, han sido los primeros y, más importantes combatientes contra el coronavirus.

Ahora bien, estos no han sido todos los casos en donde se ha presentado cierto nivel de violencia hacia terceros. Por el contrario, hay registro de situaciones aún más graves y críticas, como es el caso de todo lo acontecido en el estado de Chiapas, al sur del país. De acuerdo a una nota, perteneciente al sitio de noticias conocido como *Animal Político*, se detalla lo siguiente:

*Por WhatsApp o redes sociales como Facebook corren rumores alarmantes entre la población de municipios como San Cristóbal de Las Casas, Las Rosas, Las Margaritas o los de la región de Mezcalapa, en Chiapas...La gente está recibiendo mensajes asegurando que el gobierno, en las fumigaciones que se hacen año con año en la zona al empezar la temporada de lluvias, en lugar de esparcir químicos contra los mosquitos causantes de dengue o zika, se está dispersando el virus que causa el COVID-19...Otros mensajes señalan que el nuevo coronavirus no existe o que fue el gobierno el que lo “inventó”. Hay,*

*además, otro gran rumor, en los hospitales el personal de salud no está ayudando a las personas a sanar, las está matando. (18 de junio del 2020)*

Como consecuencia, toda esta ola de *fake news*, hizo que los pobladores de esas localidades reaccionaran con extrema furia y enojo, además de un gran pánico, que trajo consigo una serie de acciones muy lamentables. Como, por ejemplo, dentro de la misma noticia, se mencionan los hechos ocurridos el jueves 11 de junio del 2020, en el municipio de Las Rosas, en el mismo estado de Chiapas, donde habitantes de esa zona, perpetraron un vasto número de actos vandálicos, entre los que destacaron el destrozo de vidrios y puertas tanto del hospital comunitario como de la presidencia municipal; de igual forma, sustrajeron equipo médico e inmobiliario de la clínica y quemaron dos ambulancias y, encima, realizaron varios destrozos a la casa del presidente municipal, además de claro, agredir a trabajadores de la salud que laboraban en el hospital.

Por otra parte, en otro hecho, relatado en el mismo artículo, el cual se presentó tres semanas antes, en el municipio Venustiano Carranza, el 28 de mayo del 2020: “Cientos de personas salieron a las calles para protestar contra autoridades municipales y estatales a las que acusaron de usar drones para esparcir químicos y matar a la población.” (18 de junio del 2020) Los vándalos, de acuerdo con la nota “Saquearon una tienda Elektra, quemaron la casa del presidente municipal, Amando Trujillo, la casa de sus suegros y la de la madre del gobernador del estado, Rutilio Escandón” (18 de junio del 2020). Finalmente, la misma noticia presenta otra situación sumamente alarmante. Esta se desarrolló en el municipio de Las Margaritas, el 11 de junio del 2020, en la cual:

*Un grupo de personas ingresó al Hospital Rural del IMSS-Bienestar en Guadalupe Tepeyac, sacaron al director, Miguel Ángel Palacios Castro y lo llevaron hasta la plaza del pueblo, donde lo sentaron en las gradas de la cancha de basquetbol, lo insultaron y lo golpearon. (18 de junio del 2020).*

Los pobladores culpaban al director y a todo el personal médico de la clínica, de la muerte de una persona, quien presuntamente falleció a causa de Covid-19, dando una muestra más del caos que pueden causar las noticias falsas.

Eventualmente, los médicos y enfermeros, no han sido los únicos en recibir el daño colateral provocado por las *fake news* relacionadas con el coronavirus. Asimismo, otras personas han tenido que sufrir las consecuencias relacionadas con las noticias falsas sobre la pandemia, como, por ejemplo, elementos policiacos o fuerzas del orden. En relación a esto, el portal de *Animal Político* señala, en una nota, los siguientes sucesos:

*Un grupo de pobladores de San Mateo Capulhuac, del municipio de Oztolotepec, en el Estado de México, agredió a trabajadores del ayuntamiento y quemaron dos patrullas. Algunas personas de la comunidad argumentaron que el personal del gobierno estaba esparciendo el virus de COVID-19 y acudió a infectarlos, y no sanitizando las calles. Los habitantes impidieron el paso de los trabajadores y despojaron a los policías de dos vehículos oficiales. (9 de mayo del 2020)*

En efecto, todo esto se propició a partir de un audio en WhatsApp con información totalmente falsa, el cual estuvo circulado entre los pobladores de aquella comunidad. Asimismo, el sitio de noticias denominado *Portal*, reporta en una nota un hecho lamentable:

*Una turba enardecida incendió, la tarde de este martes en Villa Victoria, una carroza fúnebre que transportaba el cuerpo de una pequeña que presuntamente falleció por COVID-19 en Metepec. De acuerdo con los primeros reportes, el cuerpo de la menor debía ser entregado en su comunidad de origen, sin embargo, las fake news que circulan en WhatsApp respecto a un envenenamiento masivo por COVID-19 y el robo de infantes, desencadenó el episodio de violencia. (13 de mayo del 2020)*

En la misma nota, se señala que, los trabajadores de la misma funeraria, tuvieron que ser rescatados por elementos de la policía, aunque estos últimos, nada pudieron hacer por impedir que la gente lograra su cometido, es decir, prenderle fuego a la carroza. Eventualmente, aquí también podemos observar, cómo la plataforma de WhatsApp juega un papel importante a la hora de difundir una noticia falsa, que logro invocar la furia de varios sujetos, incapaces de analizar y comprobar ese bulo.

No obstante, también han circulado otras *fake news* que, por fortuna, no han involucrado atentado alguno contra terceros. Sin embargo, estas han sido engendradas con otro propósito, que es, divulgar falsa información sobre supuestos métodos y recursos, ya sea para prevenir o curar el Covid-19.

Para complementar este segmento, se le ha realizado una entrevista a la Doctora Alondra Guadalupe González Guadarrama, Médico Cirujano, egresada de la Universidad Autónoma del Estado de México, quien labora en el Centro Medico Naval de Especialidades, perteneciente a la Secretaria de Marina, ubicado en la Delegación de Coyoacán, Ciudad de México. La Dr. Alondra, nos brinda, por medio de la siguiente conversación, su opinión sobre la pandemia y las noticias falsas, así como su relación con las redes sociales. A continuación, la entrevista.

**Entrevistador: Muy buenas tardes Dra. González. Antes de continuar, queremos agradecerle mucho por el tiempo brindado para la siguiente entrevista. Iniciamos con la siguiente pregunta: ¿Usted utiliza redes sociales?**

*Doctora: Pues realmente no soy muy apegada a las redes sociales. Utilizo WhatsApp, porque es una herramienta que desafortunadamente o afortunadamente, se volvió muy necesaria en cuestiones laborales y personales. Esta es la red social que más ocupo y en algunas ocasiones, Facebook, pero de ahí en fuera, no tengo ninguna otra red social.*

**E: ¿Suele usar sus redes sociales para compartir información relacionada con el ámbito médico?**

*Dr.: Sí, claro. Siempre tratamos entre colegas de actualizarnos con información o incluso, información de pacientes. Artículos y demás, solemos compartirlos, ya sea por WhatsApp o por Facebook, que como te mencionaba, son las plataformas que yo uso.*

**E: ¿Utiliza sus redes sociales para informarse y consumir noticias?**

*Dr.: En algunas ocasiones, sí llego a utilizar Facebook, pero la verdad, esta plataforma no es mi fuente de información de primera línea.*

**E: ¿Cómo considera que han repercutido las redes sociales en el desarrollo de la pandemia de la Covid-19?**

*Dr.: Creo que aquí hay dos partes, tanto puntos buenos como puntos malos. Como todo, hay información que es errónea y que, además, se viraliza. Esto conduce a que las personas, tengan conductas inadecuadas, ocasionando que el contagio se haya propagado de una forma masiva. Así mismo, en cuanto al tratamiento, esto, se volvió una locura. De repente, ya todo el mundo sabía cuál era la cura, ya todo el mundo estaba dando remedios y esto resulto contraproducente para los pacientes. Nos han llegado pacientes ya en fases muy tardías, debido a que han estado tomando tratamientos o remedios que han visto en redes sociales. Con esto, siento que las redes sociales, son un arma de dos filos, porque si bien, hay personas que están investigando más del tema, que están en la investigación de este virus y que postean y publican información verídica, pero también están las personas que hacen lo contrario. La verdad yo creo, que la repercusión ha sido más para mal.*

**E: ¿Considera que las redes sociales son los medios idóneos para informar a la sociedad sobre la Covid-19?**

*Dr.: No, no creo que sea el método idóneo ya que, mucha gente tiene acceso, demasiado fácil a las redes sociales y en ellas, la mala información se viraliza muy rápido, sin embargo, si fuera en un aspecto de poder restringir la información, a manera de no poder manipularla y que solo sea emitida, por especialistas en la materia, ahí si no le veo ningún problema, pero en lo personal, no me gusta que personas que no son expertas en este tema, estén informando a la sociedad.*

**E: ¿A identificado noticias falsas relacionadas con la pandemia?**

*Dr.: Sí, muchísimas. Desde el hecho de que “no existe el virus”, hasta tratamientos en los que se usa dióxido de cloro, que no está para nada comprobado, y con el cual mucha gente ha tenido efectos adversos bastante graves. También he visto notas en donde se afirma que la vacuna “va a matar a la gente”, o que cuando ingresamos a los pacientes al área de urgencias, les inyectamos algo. La verdad, son muchas, demasiadas noticias, que no son para nada, verídicas.*

**E: ¿Cuál es la el dato o información falsa que más ha escuchado y/o leído sobre la Covid-19?**

*Dr.: Creo que es la afirmación en donde la gente dice que “no existe el virus”, y también el comentario, en donde dicen que “el gobierno creo todo esto para ocultar cierta información”. Esas dos, son las que más he escuchado o leído.*

**E: ¿Considera que las noticias falsas en redes sociales han sido un elemento importante para el incremento de los contagios?**

*Dr.: Sí, por supuesto. Como lo mencioné anteriormente, muchas veces tanto los malos tratamientos o los remedios caseros que indican, o el hecho de no creer en la propia enfermedad, hacen que el paciente llegue ya en un estado crítico, que en muchas veces ya no es rescatable, y que al final, termina siendo la “culpa” del médico.*

**E: ¿A qué cree que se deba la desconfianza de la gente hacia la ciencia?**

*Dr.: Realmente, no creo que sea desconfianza hacia la ciencia, yo creo que va más apegado al gobierno, porque la gente cree que el gobierno, está manipulando todo, incluso, lo que reporta la misma ciencia. Esto creo que se debe a malas experiencias con gobiernos pasados, en donde se ha visto que, estos han mentido y engañado al pueblo de diversas formas. Considero que, eso es lo que ha orillado a que hoy en día, la sociedad se muestre incrédula ante todo lo que el gobierno emite.*

**E: ¿Cuál es su opinión con respecto de las personas que se dedican a mal informar a la gente en redes sociales?**

*Dr.: Esto, la verdad, me resulta muy triste. Desgraciadamente, en este tiempo me ha tocado ver de todo, y me parece increíble ver cómo el ser humano puede ser tan*

*inhumano en esta situación. Dañan con toda la intención y lucran con el dolor de la gente. Esto me parece, muy doloroso, el hecho de ver que nuestra sociedad está tan maleada y que no tenemos la suficiente educación y, sobre todo, la suficiente humanidad para ayudarnos los unos a los otros, sino que, pareciera que nos dedicamos a hundirnos unos a otros. Yo invito a las personas, que no son expertas en el tema, que mejor no informen y que mejor, aconsejen a esa persona que pudiera ser sospechosa, de ser positivo o positiva a Covid-19, que acuda a atención médica de urgencia, y que no esté tomando remedios ni siguiendo tratamientos que no estén avalados por alguna institución o por algún especialista como lo son los médicos o epidemiólogos y todas las personas que están investigando acerca de este virus.*

Con esta última pregunta, damos por concluida la entrevista con la Dr. Alondra G. González. A continuación, abordaremos, la problemática que surgió en relación a otros supuestos tratamientos, como lo es el dióxido de cloro, el cual, la misma Dr. Alondra, reconoce dentro de la entrevista, como un problema muy serio.

### **3.5.3 ANTÍDOTOS Y REMEDIOS NO COMPROBADOS**

Desde que inicio la crisis sanitaria por coronavirus, han salido a la luz miles de recursos y falsos tratamientos para hacerle frente a este virus. Entre los señalamientos que destacan, podemos encontrar los siguientes: “el clima frío mata el coronavirus”, “el virus no puede transmitirse en áreas cálidas o húmedas”, “las lámparas de luz ultravioleta matan el coronavirus”, “las secadoras de pelo matan el coronavirus”, “comer ajos enteros ayuda a prevenir el contagio”, “el uso de antibióticos combate el coronavirus”, entre muchas otras más.

De hecho, en algunos casos, muchos de esos procedimientos fraudulentos aseguran prevenir el Covid-19 y, en dado caso de ya padecerlo, estos también garantizan ayudar a las personas a curarse del mismo mal. Sin embargo, ciertos rumores han llamado más la atención, por lo peligrosos y perjudiciales que pueden llegar a ser. De esta manera, las instituciones tanto de salud como gubernamentales, hicieron un llamado urgente a la población civil para hacer caso omiso de estos mensajes.

Desde luego, se podría hacer mención de varios casos, sin embargo, hubo algunos que hicieron más ruido en la sociedad, como, por ejemplo, las famosas fiestas Covid, las cuales, por medio de la concentración de cierto número de personas en un lugar, buscaban generar una “inmunidad de rebaño”. Así pues, el caso más sonado se dio a mediados del 2020, en el que una chica, hacía una invitación a asistir a una fiesta, esta misma incitación se realizó por medio de un audio que estuvo circulando a través de las plataformas de WhatsApp y Twitter. Frente a esto, el periódico *El Universal*, dio a conocer la noticia mediante una nota publicada en su portal digital, en la cual se narra lo siguiente:

*En redes sociales circula un audio en el que una mujer invita a una fiesta a la que presuntamente asistirán personas con Covid-19, con el objetivo de contagiar al resto de los asistentes, y así obtener la inmunidad de rebaño, pues según ella “así lo hacen en Suecia”, asegura en la supuesta invitación. La encargada de difundir el mensaje comentó que el boleto tiene un costo de mil 500 pesos. (14 de mayo del 2020)*

De acuerdo con la misma nota, la encargada de difundir el mensaje, también hacía mención, en la grabación, que la supuesta fiesta se llevaría a cabo el 23 de mayo en la colonia Las Águilas, ubicada en la alcaldía Álvaro Obregón. En consecuencia, la Jefa de Gobierno de la Ciudad de México, Claudia Sheinbaum declaró, por medio de una conferencia de prensa, que se trataba de una noticia falsa y pedía a la población, no hacer caso a dicho mensaje. De igual forma, recalcó que se investigaría el trasfondo de la supuesta invitación, y en caso de ser necesario, se impediría la realización de dicha celebración.

No obstante, el evento antes mencionado, no fue el único recurso o medio, fomentado en redes sociales para tratar o curar el Covid-19. A finales del 2020, empezaron a salir mensajes y audios en plataformas como WhatsApp, Facebook y Twitter, incluso videos en YouTube, de personas que recomendaban el dióxido de cloro para el tratamiento del coronavirus. Poco a poco, fueron saliendo fraudulentos “especialistas” que aseguraban que el uso del dióxido de cloro, era la solución para

quienes buscaban prevenir, o en todo caso, acabar con el Covid-19. En vista de esto, la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS), en conjunto con la Secretaría de Salud publicaron un comunicado en el que informaban, sobre el “Riesgo que representa utilizar esta sustancia para el tratamiento del coronavirus”. (23 de julio del 2020) Además, también comentaban “No tener evidencia científica, la cual, mostrara la eficacia de este producto para el tratamiento de cualquier enfermedad, incluida el Covid-19”. (23 de julio del 2020). Por el contrario, varios se mostraron reacios ante este comunicado. En este sentido, quizás el hecho más llamativo fue el que se dio en Ciudad de México en el mes de septiembre cuando, presuntos médicos, junto con varios ciudadanos, se manifestaron a favor del uso del dióxido de cloro para el tratamiento del coronavirus. Lo anterior quedó redactado en un artículo publicado en el portal de *Animal Político*, en el que se indica que:

*Un grupo de manifestantes se reunió en el Ángel de la Independencia para exigir que este elemento químico se use como tratamiento para la COVID-19 en los hospitales... El evento se convocó a través de redes de la COMUSAV (Coalición Mundial Salud y Vida). (20 de septiembre del 2020)*

Ahora bien, la denominada COMUSAV, ha sido de las principales promotoras sobre la práctica con el dióxido de cloro. Asimismo, y siguiendo con la misma nota, a esta organización también se le suma el testimonio del supuesto doctor Manuel Aparicio “Que ha dado entrevistas a diversos sitios de internet, y defiende el uso del dióxido de cloro como tratamiento médico.” (20 de septiembre del 2020). No obstante, en la misma noticia se indica que, este apócrifo doctor, “Es el director del Centro Médico Jurica en Querétaro, el cual, la COFEPRIS suspendió en julio (2020) por incumplir con normas de infraestructura y equipamiento.” (20 de septiembre del 2020). Esto último indica que, los planteamientos elaborados por Manuel Aparicio, se pueden tomar con toda certeza, como fraudulentos y erróneos.

Sin embargo, por otro lado, hubo otros personajes que siguieron apoyando el uso del dióxido de cloro, y no precisamente relacionados con los ámbitos científicos o médicos. Tal fue el caso de dos presidentes municipales: Jonathan Avalos Rodríguez, presidente municipal de Francisco I. Madero, Coahuila; y de Eliseo Fernández

Montufar, alcalde de Campeche, Campeche. En una nota del portal *Animal Político*, se indica lo siguiente del primer alcalde:

*Jonathan Avalos Rodríguez, alcalde de Francisco I. Madero, en Coahuila, anunció que dará mil tratamientos de dióxido de cloro a pacientes que padezcan COVID, pues según él, esta sustancia ha ayudado a pacientes con coronavirus. En un video publicado en su cuenta de Facebook, el alcalde explicó que la sustancia llegó al municipio el viernes y que será esta semana cuando empiece su distribución. Los pacientes que quieran probarlo deberán firmar un consentimiento. (22 de noviembre del 2020)*

En relación con la misma sustancia, *Animal Político* recogió la siguiente información, pero ahora, vinculada con el alcalde del municipio de Campeche:

*En redes sociales circula un video en donde el alcalde del municipio de Campeche, Eliseo Fernández Montufar, dice que está investigando el dióxido de cloro (CDS) como una posible medida para responder a la pandemia de COVID-19, e incluso habló de la instalación de una planta para que la gente tenga acceso a esa sustancia, en su localidad. (24 de noviembre del 2020)*

Ante estos dos casos, se encendieron nuevamente las alarmas, con lo cual, el Subsecretario de Salud, Hugo López-Gatell, tuvo que hacer nuevamente una advertencia señalando que “No existe evidencia científica ni en México ni en el mundo que muestre que el dióxido de cloro es un producto eficaz, y tampoco necesariamente seguro para el control, prevención o tratamiento de COVID-19”. (Aguirre, S. 16 de enero del 2021).

De esta manera, y tomando todos los ejemplos mencionados anteriormente, se puede afirmar que la crisis sanitaria ha sacado a flote la ignorancia que se encontraba oculta en varios sectores de la sociedad. Quizás, lo más preocupante es que, en estos casos, quienes han irrogado las noticias falsas, han sido funcionarios de gobierno y médicos (presuntos), quienes, en realidad, deberían de fungir como las principales fuentes de información verídica y de confianza, o por lo menos, eso es lo que han

hecho otros integrantes de las comunidades científicas, así como gobernadores y presidentes de otras entidades.

De este modo, podemos ver que, las *fake news* durante la pandemia, pueden venir de cualquier lado, inclusive del mismo doctor que asegura ser un experto en el área, o del alcalde, que se da a la tarea de difundir información que quizás, ni él mismo sabe de dónde viene. De esta forma, las noticias falsas nos demuestran que pueden ser creídas por todos por igual, y, por consiguiente, amplificar su daño. Sin embargo, de forma similar han ido apareciendo otras falacias relacionadas, sobre todo, con el ámbito médico, entre las que destacan dos en particular: el supuesto “robo de líquido de rodillas” a pacientes con Covid-19 en hospitales y clínicas; y la inmensa cantidad de farsas creadas entorno a las vacunas producidas para combatir el coronavirus.

### **3.5.4 FARSAS Y OTROS BULOS ENTORNO AL ÁMBITO MÉDICO.**

Eventualmente, con el pasar de los meses, han aparecido más *fake news* que tienen que ver con la pandemia y el virus. En este sentido, han figurado algunas que, además de preocupar, sobre todo han provocado risas entre la sociedad civil y médica, por lo irracionales y absurdas que han resultado. Como muestra de esto, tenemos el ya famoso caso del “robo de líquido de rodillas”. Este empezó a sonar en las redes sociales, en especial en Facebook y WhatsApp, a mediados del 2020. De acuerdo a una noticia, publicada en el portal conocido como *INFOBAE*, todo comenzó en una cadena enviada por WhatsApp:

*En donde se aseguraba que a las personas enfermas del virus y que acuden a los hospitales los están matando para sustraer su líquido sinovial de las rodillas y venderlo en el mercado negro, ya que creen que esta sustancia tiene valor en la industria farmacéutica. (26 de diciembre del 2020)*

Un par de días después se comprobó que se trataba de una noticia rotundamente falsa, ya que, en ningún momento, se presentaron evidencias del supuesto delito por parte de los médicos, además, era claro que algo así sonaba

imposible, y como tal, así lo fue. No obstante, esta historia tiene un trasfondo grave de desinformación derivado de una supuesta noticia, pero del año 2017, en la cual, en una entrevista de televisión, una señora de nombre Lucina Rojas López, aseguraba que, en un hospital de San Luis Potosí, unos practicantes de medicina, le “Habían sustraído el líquido sinovial de su rodilla izquierda para congelarlo, pues según ella, este líquido valía miles de pesos.” (Infobae, 26 de diciembre del 2020). Así pues, la noticia quedo ahí, guardada en el tiempo, sin embargo, con la pandemia volvió a salir a la luz, sacada totalmente de contexto y tomando mayor fuerza a partir de comentarios en Facebook, en donde usuarios juraban que, gracias a conocidos que laboraban en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), sabían de este hecho, argumentando que los doctores mataban a los pacientes para después, robarles el líquido de sus rodillas, que supuestamente, tenía un valor de hasta 10,000 dólares. Encima, tuvo más credibilidad a raíz de que “Una familia irrumpió en un hospital en Ecatepec el 1 de mayo del 2020, culpando falsamente a los médicos de matar a pacientes diagnosticadas con Covid-19.” (Aguirre, S. 5 de mayo del 2020) Derivado de esto, surgieron ideas absolutamente equivocadas, las cuales, se virilizaron rápidamente en distintas redes sociales.

Frente a esto, es evidente que una noticia falsa, puede ser fabricada sacando de contexto otra nota más antigua, poniéndola como un caso “actual” durante la pandemia. Asimismo, en este caso se manifiesta la poca, o más bien, la nula práctica de las personas por comprobar una noticia, saber la fuente e investigar más afondo los hechos. Para algunos, tal vez no era necesario por lo disparatado que resultaba la historia, no obstante, para otros, era algo posible, lo cual, resulta aún más preocupante.

Ahora bien, esta no ha sido la única ocurrencia en cuestiones médicas y científicas. Las vacunas son otro punto hacia el cual han apuntado tanto la ineptitud como la incredulidad humana. En relación a estas mismas, han sido varios los mitos que han aparecido en las redes sociales, los cuales, han tenido el firme propósito de engañar a la gente, para que esta no se vacune y tome una postura contraria hacia las vacunas. Varias de las falacias creadas en torno a este tema, quedan plasmadas

en un video-reportaje publicado por el portal de noticias de *Animal Político* (9 de octubre del 2020).

De esta manera, tenemos en primer lugar el bulo (y quizás el más compartido) en donde se argumenta que, “Por medio de las vacunas, se les insertarán microchips con nanotecnología a las personas, para poder controlar su capacidad cerebral, su sistema inmunológico y su sistema endocrino.” (9 de octubre del 2020). Esto es desmentido, en el mismo video, por la Dra. Rocío Tirado, quien labora en el departamento de Microbiología y Parasitología de la Facultad de Medicina de la Universidad Autónoma de México (UNAM).

La segunda mentira, y que, además, también se señaló en cierto momento, como la causante y el origen del Covid-19, es la red 5G. Varias publicaciones en Facebook y cadenas en WhatsApp, aseguraban que “La red 5G, activará un compuesto conocido como “ARN digitalizado” que según, está presente en las vacunas, con lo cual, se podría controlar nuestro cuerpo de forma remota.” (9 de octubre del 2020). Esto, de igual manera, fue desmentido por la propia Doctora Rocío Tapia. Incluso, la misma OMS salió a desmentir tal barbaridad.

Frente a esto, tenemos el tercer bulo. Este señalaba que, “Las vacunas de ARNm de última generación, intervienen directamente en el material genético de las personas, cambiándolo y dando pie a la manipulación genética.” (9 de octubre del 2020). Asimismo, también había argumentos que decían que esto, causaría más enfermedades en la gente, generándole mutaciones y daños irreversibles. De igual forma, esto fue desmentido por la Doctora Rocío Tapia.

Sin embargo, cabe aclarar, que estas mentiras salieron antes y durante el desarrollo de las vacunas. Ya en el momento en el que se empezaron a aplicar, es decir, a finales del 2020 e inicios del 2021, aparecieron otras, como por ejemplo una lista falsa, publicada supuestamente por la Secretaría de Salud, la cual contenía varias contradicciones sobre la vacuna de Pfizer-BioNTech, y que estuvo circulando en Facebook. *Animal Político* lo recoge así en una nota:

*Una lista con supuestas contraindicaciones de la vacuna de Pfizer se ha difundido en redes sociales... pero la mayoría de sus puntos contienen desinformación, que no está incluida en el protocolo de vacunación del país. La Secretaría de Salud negó haber emitido el documento. La imagen utiliza logos de organismos de salud de México y se ha difundido en publicaciones de Facebook desde diciembre de 2020, aunque el gobierno señaló que la lista es falsa. (19 de enero del 2021)*

Frente a esto, podemos ver cómo incluso, las personas no solo son capaces de fabricar una nota que contenga información completamente errónea, sino que, además, también engañe a la gente que la lea, perjudicándola de maneras que tal vez ni el mismo farsante imagina.

De este modo, tomando en cuenta todos los casos mencionados, queda claro que las *fake news* han sido otra gran agravante durante la pandemia de Covid-19 en México, y que, probablemente, han generado un mayor caos que el propio virus. De la misma forma, esta crisis sanitaria, ha dejado entrever que, la gran mayoría de la sociedad civil mexicana, tristemente, actualmente vive en un estado de total ignorancia, ya que, aún, en estos tiempos, es capaz de creer en argumentos y mitos como los antes mencionados y que, además, padecemos de una escasa preparación para analizar, procesar y verificar noticias. No somos lo suficientemente competentes a la hora de informarnos de lo que acontece a nuestro alrededor, porque no solo se trata de leer o ver videos, sino que también tenemos que examinar lo que se visualiza en las pantallas de nuestros teléfonos celulares. En este sentido, el coronavirus no solo enfermó a la sociedad de nuestro país, sino que, también, sacó a relucir nuestras deficiencias como mexicanos en materia de información y de educación, sobre todo de esta última, porque ingenuamente, fuimos capaces de creer y dar crédito, a diversos hechos que, a leguas, eran claramente ficticios e inexactos.

Por esta razón, y para robustecer aún más el tema, se ha realizado una entrevista a la señorita Melissa Nava, quien se desempeña como presentadora y conductora del programa AMX Noticias, perteneciente al Sistema de Radio y Televisión Mexiquense. A continuación, la entrevista, en donde ella nos cuenta su

experiencia, así como su opinión sobre las redes sociales y su respectivo desenvolvimiento durante la crisis de Covid-19.

**Entrevistador: Hola Melissa, muy buenas tardes. Antes de iniciar, queremos agradecerte mucho por el tiempo dedicado. Damos inicio a la entrevista con la siguiente pregunta ¿Utilizas alguna plataforma de redes sociales?**

*Melissa: Sí, con mayor frecuencia Facebook y Twitter.*

**E: ¿Sueles emplear tus redes sociales para informarte y/o para compartir tus notas?**

*M: Sobre todo, para informarme. Para compartir notas no.*

**E: ¿En dónde crees que se da mejor el flujo de información? ¿En digital o en impreso?**

*M: Creo que ahí existe un problema con las redes sociales porque, históricamente han sido un medio para la inmediatez y en esa parte, los medios impresos creo que, te aportan más credibilidad. Yo creo que ahí debe de haber una responsabilidad del lector porque, si estás buscando algo más veraz, creo que lo mejor, es apegarte a los medios tradicionales, pero si estás buscando algo inmediato, pues sí, lo tuyo son las redes sociales. Yo que me desenvuelvo en un medio televisivo, tengo que estar actualizada y para eso, recurro a las redes sociales, porque aparte, ahí fluye más la información, sin embargo, ahí surge otro problema y es, qué tan confiable es esa información.*

**E: ¿Son las redes sociales un medio confiable para informar a la gente sobre la pandemia de Covid-19?**

*M: Ese creo que es un fenómeno muy extraño que surgió con la pandemia, por ejemplo, lo que ha hecho Donald Trump, que es un personaje público que ha hecho varios comentarios muy controvertidos entorno a la pandemia. Sin embargo, estos comentarios trascienden por la persona que lo dijo, pero también, por la plataforma en la cual los hizo, en este caso Twitter, una plataforma en la cual se viraliza todo en cuestión de segundos. Esto tiene un impacto bastante relevante. Por consiguiente, no puedes fiarte de lo que aparece en redes sociales si esta información no está*

corroborada y si no lo hizo una fuente fidedigna, no obstante, Twitter tuvo que empezar a etiquetar los tweets engañosos con una etiqueta, como cuando el mismo Trump dijo que “inyectar cloro podía curar el covid”. Que esto también es importante porque, desde que inicio la pandemia, ha habido un bum de información, que la misma OMS calificó como una infodemia por esta misma sobrecarga de información. Esto es un problema para la gente porque no sabe a dónde recurrir para informarse y no puedes ir solo a las redes sociales porque estas no son fuentes fidedignas, que también aquí recae cierta responsabilidad en este tipo de fuentes, porque estas no se han dedicado a brindar información confiable, tanto como otros medios que si lo han hecho. Por otro lado, unos solo han causado conflicto, por ejemplo, con el uso de cubrebocas, que al principio unos decían que no era importante, después salieron otros a decir que sí lo era, hasta que salieron las fuentes confiables a dar información exacta sobre el tema, sin embargo, durante la discusión, mucha gente recurrió a las redes sociales y se quedó con lo que vio ahí, y con esto volvemos a la incógnita de cómo saber si lo que leíste es verdad y si también es actual. Ese creo que es el principal problema con las redes sociales, el tiempo que transcurre entre la verdad y la actualidad.

**E: ¿Cuál es tu opinión sobre las noticias falsas?**

M: Creo que son equiparables con la palabra “cáncer”, porque creo que, siguiendo con esa analogía, si extirpas a tiempo las noticias falsas, si las detectas a tiempo, se cura el mal, pero si las dejas avanzar y avanzar y, sobre todo, las detectas en el momento en el que ya están muy avanzadas, pueden ser mortales, esto lo vemos con toda la información que va surgiendo y que no es fidedigna. Creo que, las noticias falsas, deberían de ser tratadas con la misma precisión con la que tratas y diagnosticas un cáncer, tienes que ser muy cuidadoso y de verdad estudiarlas mucho, porque si las dejas avanzar, creo que es irreversible el daño que causan, por ejemplo, a estas alturas, todos los tratamientos milagro que han surgido para tratar el virus, como el famoso dióxido de cloro, que muchos tomaron por la supuesta noticia en donde se decía que este líquido acababa con el covid, tú te preguntas ¿Quién les dijo eso? Sin embargo, esto ya se difundió, causando algunas tragedias y un daño irreversible.

**E: A partir del inicio de la pandemia ¿Has notado algún cambio entorno al flujo de noticias falsas en las redes sociales?**

*M: Eso es un fenómeno muy curioso, porque la información falsa está y ha estado todo el tiempo. Sin embargo, en un contexto como el de ahorita, de vida o muerte, surge esa necesidad de etiquetar las cosas como veraces o no veraces, porque aparte, la información está prácticamente al alcance de todos, como, por ejemplo, información sobre los tratamientos para combatir el virus, que aquí también surgen varios contrastes, porque una persona puede tener una información muy distinta a otra persona, y todo porque las fuentes fidedignas, con esto me refiero a las secretarías de salud, tardaron mucho en ofrecer plataformas con la información correcta sobre la enfermedad, esto propició que las personas se decantaran por buscar la información en sus perfiles de redes sociales y lo único que encontraron fue una serie de tonterías e incoherencias sobre la pandemia, como cuando la gente de varios pueblos, se opuso a que las autoridades de salud, satinizaran sus poblados por chismes que habían leído o escuchado en redes sociales, cuando decían que no fueras a los hospitales por te iban a matar o cosas así. Es ahí cuando te das cuenta en quien tiene más confianza cierto sector de la sociedad, no es la secretaría de salud del país o de un estado, sino en la tía, el tío, el vecino de la colonia que dicen saber del tema y que son considerados líderes de opinión, la gente decide creerles a ellos y con esto, desacreditan a las fuentes fidedignas, que aparte creo que, este fenómeno, de la información sesgada, ha ido disminuyendo, porque cuando inicio la pandemia, si buscabas algo sobre el Covid-19, pues tal vez si lograbas salir de tu duda, no obstante, había mucha información falsa, y ambas eran leídas por mucha gente y con esto se generaba una especie de teléfono descompuesto, pero también en este punto, le corresponde a las personas investigar más. Aquí se ve qué tan dispuesta está la gente en indagar más sobre la información que encuentra, sobre todo, en las redes sociales.*

**E: ¿Consideras eficientes las medidas tomadas por las plataformas para combatir las noticias falsas en redes sociales?**

*M: Creo que sí. Como precedente tenemos lo que le pasó a Donald Trump, cuando se suscitaron los incidentes en el Capitolio, la acción de cerrarle su cuenta a un*

*presidente sienta un precedente, porque nos indican que no importa qué tipo de información sea, esta puede ser vetada, aunque creo que esto es una paradoja, porque mientras te pueden vetar por compartir información falsa que no está corroborada, pero por otro lado te preguntan quién está corroborando esa información, que sí, ahorita hay muchos algoritmos, pero por ejemplo, si yo posteo que tuve covid y que tomé cierto medicamento y este me ayudó para recuperarme ¿Quién determina si esto es falso o verdadero? Con lo del veto a Trump, también viene un mensaje de los directivos de Twitter, y es el de “No cualquiera va a venir a decir cualquier tontería”. Sin embargo, creo que, con esto, se va agravando un problema y es ¿Quién decide qué si se puede publicar y qué no? Sería interesante que las plataformas de redes sociales publicaran o hicieran público, cómo diseñan sus algoritmos o en qué se basan para decidir qué información debe ser vetada y cuál no, o si nada más están vetando información que está en la agenda, o si de verdad están vetando cosas que en efecto, no son verdaderas.*

**E: ¿Cuáles crees que son las intenciones de una persona al compartir una noticia falsa?**

*M: Creo que aquí entra el espíritu capitalista que tanto nos han inculcado. Muchos, seguro, están diciendo “No pasa nada, mientras yo acumule y acumule, todo está bien, no me importa el bienestar del otro, mientras yo esté bien, los demás no me interesan”. Creo que este tipo de personas, estilo Paty Navidad, alientan a la gente con mentiras, por ejemplo, todo lo que han dicho sobre la red 5G, que es mala, que no vayan a los hospitales porque ahí te matan. El hecho de que esto lo diga una figura pública, puede causar que ciertas personas les den la razón. La verdad, no creo que estas personas tengan un objetivo o que quieran conspirar contra alguien, dígame el sistema, dígame el gobierno; sino más bien, creo que este tipo de noticias, falsas, no fidedignas, me parece que están fundamentadas en esa cultura individualista, en esa cultura de egoísmo, porque no solo es difundir una noticia falsa, sino también, desacreditar al mismo tiempo a una fuente fidedigna que ya estudió algo, que designó parte de su tiempo para poder constatar algo, con esto, desacreditas a los científicos, a investigadores que ya estuvieron destinando parte de su tiempo y que ya estuvieron, una y otra vez, estudiando algo, tú solo llegas a levantar falsos porque no te gusta, porque rompe con tu estilo de vida como por el ejemplo Salinas Pliego, romper con el*

*estilo de una vida bien acomodada y ahora, tener que encerrarte en tu casa y desde tu casa hacer todo, creo que el no querer aceptar que la vida cambia y que con la pandemia, esta indudablemente cambió de manera radical y para siempre, y creo que de aquí se deriva que tengas que estar compartiendo información falsa para continuar con un estilo de vida que no quieres abandonar, considero que ahí está parte de la respuesta.*

**E: En tu labor diaria como periodista ¿Has observado a medios de renombre compartir noticias falsas?**

*M: Sí, si lo he notado, de hecho, cuando recién iniciaba la campaña de “Quédate en casa” en abril del 2020, que fue cuando las clases se suspendieron y surgió el tema del home office, en TV Azteca, Javier Alatorre salió a decir que no le creyeran al Subsecretario de Salud, Hugo López-Gatell sobre el tema de quedarse en su casa. Con esto, te preguntas ¿Por qué lo dice? Si no había información alguna para desmentir a López-Gatell y argumentar que quedarte en tu casa no era la solución, porque aparte, con esto, solo dejó la información a medias, no lo contrastó con otra fuente que le diera la razón, y solo creó incertidumbre. Entonces que tú, salgas como supuesto medio fidedigno a decir que no le creas a las autoridades o a quienes están enfrentando la pandemia, provocas que cierta gente en verdad te crea, y todo por el cierto renombre que tienes. Entonces, que lo diga alguien de un medio que, además, tiene un alcance a nivel nacional, te pone a pensar que hay que tener cuidado con ese tipo de cosas, porque provocan que la desinformación siga creciendo y creciendo, porque el problema de no decir la verdad, se puede equiparar cuando rompes el vínculo de confianza en cualquier tipo de relación. Para que la vuelvas a recuperar, es muy difícil, por no decir imposible, porque cómo le vuelves a creer a alguien que ya te dijo una mentira. Además, he identificado que algunos medios, han sesgado cierta información u hablan distinto de ciertos personajes dependiendo del público al cual se estén dirigiendo. Quizás esto se deba al impacto que se está buscando generar, yo en mi caso, busco generar un impacto en los televidentes, pero siempre con información fidedigna, porque habrá gente que, si me crea, pero que pasa si yo digo una mentira, puedo impactar a esa gente no solo en lo personal, también en lo social, un ejemplo, es ahora en las fiestas decembrinas, el mensaje que daba era “quédate en tu casa”, “no hagas fiestas con mucha gente”, pero que hubiera pasado si el*

*mensaje hubiera sido el contrario ¿Cuál es el impacto del primer y el segundo mensaje? Quizás mucha gente hizo caso al primer mensaje, pero si te metes a las redes sociales, te das cuenta que a otros les valió e hicieron sus fiestas y se juntaron, porque creo que ya pasamos al pánico a decir que el covid es como cualquier gripa. Creo que conforme avanza la pandemia, conforme se conoce más información, el discurso de los medios debe de cambiar, al principio no sabíamos mucho sobre el virus, pero ahora ya sabemos qué es, qué implicaciones tiene, quiénes son más vulnerables, que aquí también hay otro problema, ya que los más vulnerables son los adultos mayores, y a los jóvenes esto les está valiendo, este discurso del “solo se vive una vez” solo está sacando a flote la irresponsabilidad de los jóvenes. Aquí resalta la importancia de la otredad, pero también esa cultura individualista que ha logrado permear en esta pandemia, a muchos les da igual si el otro se muere, si lo hospitalizan, mientras a mí solo me da fiebre, mientras no me ponga muy grave, los demás no me importan. Quizás, eso es lo más triste de esta pandemia.*

**E: ¿Cuáles serían los métodos adecuados para identificar una noticia falsa?**

*M: Me parece que el primer método sería que no puedas comprobar esa noticia, hay que ver qué tipo de afirmaciones se están haciendo. Para que tú puedas saber si una noticia es falsa, esta debe de poder ser contrastable una y otra vez, que tú la puedas buscar en un medio y en otro medio, creo que ese es el punto para saber que una noticia no es falsa, y, sobre todo, que esa noticia que se está difundiendo, esté constatada y esté respaldada por fuentes fidedignas, por ejemplo, lo que pasó con las vacunas respecto al tema de que si las iban a poder comprar gobiernos locales y empresarios, uno se debe de preguntar ¿Quién lo dice? Porque no es lo mismo que lo diga tu vecino a que lo diga el Presidente del Consejo Coordinador Empresarial que es una fuente fidedigna, tú ante esto tienes otra reacción y dices “Si lo está diciendo la voz de los empresarios, es porque es verdad”, o que lo diga el Secretario de Relaciones Exteriores, y que aparte, esa información se replique, una y otra vez por fuentes fidedignas, creo que eso es la clave para saber que una noticia no es falsa, que sea replicable, que esté replicada en muchas fuentes y que las fuentes, sobre todo, sean fidedignas. Otro punto a fijarse, es la fecha en la cual se publicó esa noticia, porque de nada sirve que consultes una fuente fidedigna, como por ejemplo la OMS, si la información consultada es de años atrás, y más con el tema de la pandemia, que*

*diariamente sale mucha información sobre tratamientos, sobre las vacunas, inclusive sobre cepas nuevas del virus. Tienes que estar actualizado sobre el tema del cual estás leyendo.*

Ante esto, y tomando como punto de referencia lo mencionado en la última pregunta, como también, las situaciones narradas en anteriores párrafos, resulta preciso y primordial, citar varias medidas para detectar las noticias falsas, desenmascararlas y mostrarlas tal como son: datos que solo buscan causar un mal en la sociedad. En consecuencia, también resulta relevante hacer mención de las distintas medidas que han propuesto diversos personajes para contrarrestar este problema tan crítico. Estos actores van desde los diseñadores y constructores de las mismas plataformas de redes sociales, así como críticos y analistas de estas mismas.

## **CAPÍTULO IV. PROPUESTAS Y POSIBLES SOLUCIONES.**

### **4.1 CÓMO COMBATIR LAS NOTICIAS FALSAS.**

De esta manera, llegamos a este punto, en el cual varios expertos en el tema han brindado su opinión al respecto. Eventualmente, existen varias propuestas, las cuales están compuestas por distintos mecanismos, que harían más fácil la detección de las *fake news*. Recíprocamente, estas medidas, también ayudarían a los usuarios de las redes digitales, facilitándoles la tarea para identificar información errónea e inexacta, guiándolos hacia notas fidedignas ya comprobadas y verificadas como veraces. En este sentido, es necesario, en un primer momento, determinar qué medidas se pueden adoptar durante la pandemia de Coivd-19 o, en todo caso, para futuras crisis similares, y poder afrontar las cascadas de información derivadas de estas mismas.

En relación a esto, han salido a la luz distintas proposiciones, como la que se mencionó en párrafos anteriores. Nos referimos a la plataforma lanzada por la Organización Mundial de la Salud, denominada EPI-WIN: Who's Information Network for Epidemics (Red de Información de la OMS para Epidemias). Así pues, el principal

objetivo de esta red es combatir la infodemia, y esto lo hace implementando cuatro áreas de trabajo. Estas son conocidas con el acrónimo I-S-A-Q y consisten en:

- 1) *Identificar y evaluar, a través de una red científica, información con evidencia y relevancia para formular recomendaciones que tengan impacto en la salud de las personas y las poblaciones.*
- 2) *Simplificar este conocimiento, traduciéndolo en mensajes...Los que estarán disponibles en diferentes canales de comunicación para que se puedan ubicar fácilmente.*
- 3) *Amplificar: la OMS se comunica y dialoga...para adaptar los mensajes, asesorar y ayudar a las partes interesadas a dirigirse a la audiencia que representan.*
- 4) *Cuantificar la información que se ha identificado y monitorizado a través...de las plataformas de tecnología de redes sociales.*

*(Organización Mundial de la Salud, 2020, citada por Arroyo. A., Cabrejo. J., Cruzado. M. 2020, p. 7)*

Desde luego, estas medidas tomadas por la OMS son las más acertadas y llamativas, ya que se trata de la principal institución que ha estado combatiendo tanto la pandemia de coronavirus, como la infodemia. Además, no es necesario señalar que, la OMS es quizás, la fuente más confiable a la hora de informar a la gente sobre todo lo relacionado con la crisis sanitaria. No obstante, esta organización no es la única que se ha pronunciado al respecto. Por su parte, Sue Llewellyn “Sugiere que para contrarrestar la infodemia debemos emitir y reiterar mensajes claros, libres de jerga y prácticos para que las personas las puedan asumir.” (citada por Arroyo. A., Cabrejo. J., Cruzado. M. 2020, p. 8). Esto es sumamente importante, ya que, por medio de estas prácticas, se podrían evitar agitaciones en los ámbitos político, económico, de salud pública y social, tal cual ha sucedido durante la contingencia de Covid-19. Encima, habría que hacer especial énfasis en el aspecto social, debido a que este ha sido el más perjudicado en la crisis sanitaria, no solamente en los casos y defunciones relacionadas con el virus, sino que, además, ha puesto en jaque la salud mental de los ciudadanos, lo que ha originado un pánico masivo como pocas veces se ha visto.

Ahora bien, la Federación Internacional de Periodistas también brinda algunos consejos para identificar *fake news* de los miles de portales que aparecen en redes sociales, y que muchos dicen ser de noticias. Estas sugerencias, sin lugar a dudas, podrían serle de mucha ayuda a cualquier persona a la hora de enfrentar otra infodemia o en todo caso, para el ejercicio de informarse de manera diaria. Entre las medidas mencionadas, destacan:

- 1) *Desconfiar de títulos grandes y en mayúsculas.*
- 2) *Analizar la sección “Acerca de” o “About” del sitio.*
- 3) *Chequear los links y las citas.*
- 4) *Desconfiar de URL´s similares a sitios conocidos.*
- 5) *Encontrar una fuente local y consultarla.*
- 6) *Realizar una búsqueda inversa de imágenes.*

*(Chequeando.com, citado por Federación Internacional de Periodistas, 2018, p. 13-14)*

Probablemente, estas medidas pueden verse sencillas, pero llevarlas a la práctica requiere de paciencia, ya que estas, implican un análisis exhaustivo de lo que estamos leyendo. Cabe señalar que, los mexicanos en particular, no nos caracterizamos por una buena comprensión lectora. Este factor, sin lugar a dudas, pesa demasiado a la hora de detectar una noticia falsa.

Por otra parte, a esta lucha también se ha sumado la comunidad científica, la cual ha elaborado distintas investigaciones, dentro de la cuales se abordan ciertos enfoques, que postulan algunas medidas para combatir las *fake news*. Estos trabajos están constituidos por dos enfoques, que son el enfoque lingüístico y el enfoque de red. El primero, es decir, el enfoque lingüístico, está compuesto por los siguientes métodos:

- a) *La representación de datos: consiste en la creación de bolsas o grupos de palabras significativas por su frecuencia en las noticias falsas.*

- b) *La sintaxis profunda: reconoce oraciones y frases, para analizar sintácticamente sus elementos principales, esto es el sujeto, verbo y predicado, para ser comparados con una base de conocimiento con supuestos falsos.*
- c) *El análisis semántico: está orientada a la localización de incoherencias e una muestra dada de noticias. Esto es comparar noticias similares y detectar sus diferencias. Para clasificar el contexto y su probabilidad de ser falsa.*
- d) *La estructura retórica: implica la identificación de esquemas y supuestos lingüísticos que son frecuentes en las noticias falsas*
- e) *Los clasificadores: se basa en el empleo de modelos de machine learning y usa la frecuencia de las palabras y su categoría para clasificar las noticias. (Conroy, N.J.; Rubin, V.L.; Chen, Y. 2015, citados por Blázquez, M. 2018, p. 8-9)*

Por el contrario, el enfoque de red, está formado por las siguientes técnicas:

- a) *Datos vinculados: consiste en la consulta de fuentes semánticas para contrastar los datos de las noticias.*
- b) *Comportamiento de red: Se dispone del historial de publicaciones y comportamientos de los usuarios...Estos patrones pueden ser comparados con los del resto de usuarios y obtener un resultado bastante fiable. (Conroy, N.J.; Rubin, V.L.; Chen, Y. 2015, citados por Blázquez, M. 2018, p. 9)*

En este sentido, la misma comunidad científica ha señalado que, inclusive con estos distintos procedimientos, el problema para parar y detectar las noticias falsas, está muy lejos de solucionarse. Si bien, hay varias personas y grupos involucrados, este trabajo requiere de una suma de esfuerzos, así como la elaboración y puesta en marcha de nuevos métodos. Igualmente, es necesario que se impliquen otras áreas y ámbitos distintos a la comunidad científica. En este sentido, son las esferas de gobierno las que tienen que alzar la mano y poner su grano de arena para combatir las noticias falsas. Actualmente, muy pocos Estados le han dado la seriedad que se merece a este dilema, sin embargo, quienes han decidido actuar, han creado ciertas

leyes, que no han pasado desapercibidas, llamando la atención por ser las primeras en su tipo y, más aún, por lo que estas mismas iniciativas podrían provocar. Como ejemplo de estas acciones tenemos a “Alemania cuyo gobierno presentó en marzo de 2017 un proyecto de ley que prevé multas de hasta 50 millones de euros a las redes sociales que no eliminen contenidos difamatorios, mensajes de odio o noticias falsas.” (Pauner. C, 2018, p. 305). Por otro lado:

*En Italia se ha presentado una propuesta de ley para prevenir la manipulación de la información online, garantizar la transparencia en la web e incentivar la alfabetización mediática que incluye condenas civiles y penales para quienes difundan noticias exageradas o tendenciosas que incluyan datos o hechos manifiestamente infundados o falsos. En España, el Gobierno, ha incluido las noticias falsas como amenaza en la Estrategia de Seguridad Nacional 2017. (Pauner. C, 2018, p. 305).*

Es de este modo, como algunos países han decidido actuar para ponerle un freno al alto crecimiento de las *fake news*, que no es necesario decirlo, han causado bastantes daños, antes y, por supuesto, durante la pandemia de Covid-19.

De esta manera, las leyes antes mencionadas, ponen los cimientos para futuras normas y para que otros gobiernos decidan abordar el tema y regularizar toda la información que transita diariamente a través de las redes sociales. No obstante, y a pesar de que los Estados tienen todo el respaldo de sus respectivas leyes para hacer eso, es imposible hacerlo, sin perjudicar en cierto punto a las mismas empresas que manejan las distintas redes sociales. Es por eso que, a ellas, siendo las dueñas y quienes administran estos espacios, se les han exigido mecanismos que ayuden a los usuarios a diferir entre las noticias verídicas y las falsas, y de ser posible, limpiar sus plataformas de cualquier rastro de las notas que puedan llegar a ser engañosas o fraudulentas.

En general, actores tanto políticos, como científicos y sociales, así lo piden, porque simple y sencillamente, estas compañías son las propietarias de estos

ecosistemas, que millones de personas emplean todos los días, por lo tanto, tienen obligaciones cívicas y morales que cumplir con estas mismas. Por consiguiente, es su deber regular todo lo que se comunica mediante sus espacios, ofreciendo a las personas solo información correcta y verídica, y bloqueando todo dato que pueda llegar a ser nocivo.

De este modo, los prestadores de estos servicios, es decir, de las redes sociales, han empezado a implementar ciertas soluciones para luchar contra la propagación de las noticias falsas. De ahí que, estas propuestas giren en torno a tres opciones, o incluso, el uso simultáneo de todas ellas. La primera es el “Reclutamiento de un grupo humano de revisores o editores especialmente procedentes de los medios de comunicación tradicionales; la segunda es una estrategia colaborativa; y la tercera, son soluciones tecnológicas basadas en algoritmos.” (Pauner. C, 2018, p. 308).

En relación con la primera propuesta, es decir, las soluciones humanas, “Se trataría de la incorporación de profesionales capacitados para realizar la verificación de hechos, terceros independientes que intervendrán en la selección y confrontación de informaciones antes de entrar en el flujo de noticias de las redes.” (Pauner. C, 2018, p. 308).

*En cuanto a las soluciones colaborativas, se trata de abrir el proceso de evaluación de las noticias a los usuarios de las redes permitiéndoles calificarlas según su criterio. El etiquetado de las noticias deja libertad al usuario para decidir si les otorga o no credibilidad. (Pauner. C, 2018, p. 308).*

Finalmente, la tercera solución, basada en algoritmos, “Se procede a modificar esos algoritmos de selección de noticias de forma que otorguen mayor peso a las páginas consideradas más fiables y hagan menos visibles los contenidos de baja credibilidad.” (Pauner. C, 2018, p. 309).

Ahora bien, es nuestra responsabilidad, como usuarios de estos espacios, exigirles a los dueños de estas plataformas la ejecución inmediata de las anteriores estrategias, ya que, de no ser así, se seguiría violentando nuestro derecho a la

información con los contenidos nocivos que diariamente son publicados en las redes sociales.

Sin lugar a dudas, esta deshonestidad en cuanto a los contenidos informativos debe de parar, y los encargados de administrar las redes sociales, son los únicos que pueden ponerle un alto a estos contenidos falsos y sumamente dañinos. No obstante, también es urgente y necesaria, una campaña de alfabetización digital y mediática, “Esto es, que los usuarios sean capaces de analizar críticamente la información digital o que se pongan nuevas herramientas a su alcance para evaluar las fuentes y la veracidad de las noticias que consumen.” (Pauner. C, 2018, p. 315).

Esta última medida, ayudaría indudablemente a inclinar la balanza, pero, sobre todo, les daría mejores y mayores aptitudes a los usuarios de redes sociales, para por fin, detener, esta otra pandemia de noticias falsas o *fake news* que, a pesar de no ser un virus como el Covid-19, son, probablemente, una de las mayores amenazas para la salud y la integridad de los seres humanos en el presente.

## **CONCLUSIONES.**

Así pues, y como resultado de la redacción de todos los párrafos que componen el presente texto, resulta inobjetable el hecho de ver que las redes sociales digitales han pasado a ocupar un lugar importante en la vida de millones de personas. No obstante, estas mismas se han convertido en elementos muy importantes dentro de esta nueva era digital en la cual estamos viviendo todos nosotros. En relación a esto, cabe decir que, con el uso expandido de internet, más la incorporación en pocos años de más y mejores tecnologías digitales, se han gestado cambios que han marcado un antes y un después en el desarrollo y la evolución de los seres humanos.

De este modo, estos adelantos, que en su momento fueron vistos como una novedad, hoy prácticamente han pasado a formar parte de nuestra cotidianidad, modificando nuestros hábitos, rutinas e incluso nuestro lenguaje. De una u otra manera, entablamos una conexión con algún aparato tecnológico que se encarga de moldear nuestra rutina diaria. Estos instrumentos hoy están inmersos en casi todos

los ámbitos conocidos. La conectividad que estos nos brindan, actualmente es vista como un recurso sumamente valioso e imprescindible. En pocos años, estas tecnologías nos han abierto las puertas a nuevos ecosistemas que nos han brindado experiencias personalizadas e instantáneas. Sin embargo, la era digital también nos ha dado la oportunidad de formar parte de nuevos entornos y grupos dentro de la red, que hoy por hoy cuentan con una infraestructura global, que han servido como vehículos interactivos, modificando incluso las formas en las que nos comunicamos y que han sido una pieza angular para que las personas, en poco tiempo, trasladen sus actividades cotidianas a entornos online.

De esta manera, las redes sociales digitales, que se han ido transformando de acuerdo a las necesidades de sus usuarios, es decir, nosotros; no solo han fungido como instrumentos de ocio, comunicación o trabajo, sino también como herramientas para mantenerse informados sobre lo que acontece alrededor del mundo, y todo gracias a la inmediatez inherente en estas herramientas digitales.

En este sentido, estas plataformas han fungido en los últimos años, pero sobre todo, durante la pandemia de Covid-19, como medios de difusión y propagación para la información relacionada con diversos temas. Sin embargo, esto ha dado pie a un problema muy grave. Si bien, la libertad de expresión es algo que se ha tratado de respetar en las redes sociales, esta ha sido aprovechada erróneamente por ciertos grupos y por ciertas personas que han alimentado un mal que en poco tiempo ha demostrado tener el poder de causar graves daños en el tejido social de muchos países.

Las noticias falsas o *fake news*, se han convertido en un cáncer que diariamente invade los ecosistemas de la gran mayoría de las redes sociales existentes. Sus impactos, poco a poco, han ido ganando terreno dentro de la opinión pública, así como en discusiones por parte de especialistas, analistas y, recientemente, políticos y funcionarios públicos. Sus peores consecuencias, se vieron reflejadas durante todo el transcurso de la crisis sanitaria causada por el Coronavirus. Estas, tuvieron un papel muy relevante en la contingencia, ya que agravaron aún más la crisis de salud pública, alimentándose del desconocimiento y la ignorancia que prevalecía en gran parte de la

población, especialmente en México; además, también dejaron clara la nula o más bien, la inexistente capacidad crítica de los usuarios mexicanos para analizar y examinar las noticias que se les ponían enfrente.

Por otro lado, y haciendo mención respecto al tema de la libertad de expresión, las redes sociales mostraron en este tiempo, otra de sus tantas deficiencias, y es que actualmente, cualquier persona puede generar contenido “informativo” o en todo caso, manipular una nota informativa, sin importar que no tenga la formación adecuada o la vocación de periodista o afín a esta, la cual tiene normas y principios, y obviamente, producir noticias falsas y/o alterar noticias existentes no es una de ellas.

Asimismo, fue todavía más notorio el advertir como las plataformas de redes sociales, no disponen de los mecanismos competentes (y demasiado necesarios) para la verificación y comprobación de todas las noticias que fluyen a través de ellas todos los días. Esto solo ha propiciado que, estos hechos y mitos sin confirmar, se propaguen con mayor rapidez, amplificando aún más sus daños, y tornando todavía más difícil la tarea de los usuarios por contrastar las noticias.

Frente a esto, es urgente tomar medidas en el asunto para contrarrestar este fenómeno. Es verdad, la gente ha normalizado acudir a las redes sociales para informarse y leer noticias, incluso, sin tener en claro de dónde provienen estos datos. Por consiguiente, los dueños y administradores de las redes sociales, son los primeros responsables y quienes deben dar pie a nuevas reformas, para que los contenidos nocivos y dañinos, en este caso las *fake news*, deban ser filtrados y de ser posible, restringidos para que, de esta manera, no pongan en riesgo el pluralismo informativo y no socaven el derecho del público a recibir información fidedigna. De la misma forma, y de manera simultánea, es crucial, dejar bien claro, e implicar de lleno a las redes sociales en el combate de las noticias falsas. Es fundamental, exigirles mecanismos de etiquetado, que clasifiquen las notas informativas que deambulan en sus ecosistemas, así como el bloqueo de toda la información inexacta y fraudulenta que quiera exponerse en ellas. En consecuencia, estas evaluaciones, elevarían la calidad de las notas que se comparten en las redes sociales, discriminando las noticias falsas, y abriéndole el camino a la información útil y veraz.

Si bien, las grandes empresas tecnológicas que administran las redes sociales son quienes principalmente, deben habilitar los instrumentos capaces de borrar o anular las *fake news*; los usuarios también podrían llegar a compartir parte de la carga para lograr el mismo objetivo. En este sentido, resulta sumamente importante implementar, o en medida de lo posible, dirigir a la sociedad en general hacia campañas de alfabetización digital, las cuales, los eduquen y les brinden las herramientas pertinentes para que estos, tengan la capacidad y las habilidades para verificar y comprobar por ellos mismos las noticias que leen, y de este modo, saber cuándo una noticia es totalmente falsa.

No obstante, los usuarios de estas plataformas, también tenemos una responsabilidad muy grande. La acción de compartir y/o publicar notas informativas implica un acto de razonamiento sumamente crítico. Es nuestro deber analizar a fondo todo lo que se postea en las redes sociales, y en medida de lo posible contrastarlo a través de distintos medios o agencias informativas. Asimismo, en esta dinámica está implícita, desde un inicio, nuestra ética como ciudadanos. Hay que ser bastante conscientes en relación con lo que compartimos en nuestros perfiles de redes sociales ya que esto siempre tendrá repercusiones positivas o negativas, el problema es cuando se originan las segundas. El simple hecho de compartir una nota falsa, puede agravar la situación de miles de individuos, o en casos más graves marcar el destino de una persona. Es esencial, dimensionar el impacto de este tipo de acciones.

De la misma forma, siempre hay que ser responsables cuando navegamos en la web y más cuando estamos inmersos en una plataforma digital, no podemos y no debemos ir por estos ecosistemas difundiendo lo primero que veamos sin primero investigarlo. Tenemos esa tarea y es nuestro deber hacerla. Además, cabe señalar que en estos ejercicios siempre debe perdurar la objetividad de los hechos. Así pues, no podemos dejar que nuestros sentimientos y/o creencias nos orienten en este tipo de entornos. Es cierto, tenemos el derecho a expresarnos libremente, algo que se da con demasiada frecuencia en estos espacios, sin embargo, tenemos que ejercerla de la manera más responsable, honesta y respetuosa posible, siendo empáticos y sensibles con los demás y ante cómo puedan reaccionar.

Por otra parte, este redactor hace las siguientes recomendaciones para detectar noticias falsas, claro está a partir de su experiencia. Dentro de estas, destacan el emplear un motor de búsqueda confiable, así como investigar noticias en medios y sitios de confianza y los cuales ya cuenten con cierto renombre y prestigio. Es válido buscar notas informativas en otros sitios, siempre y cuando esta información sea fidedigna y se pueda corroborar o contrastar con otras páginas. Asimismo, valdrían la pena consultar algún medio local, el cual nos ayude a ratificar algunas notas que acontezcan en nuestro entorno o comunidad. De igual importancia, y en dado caso de que se tengan dudas sobre la veracidad de las imágenes usadas dentro de las notas, es posible hacer una búsqueda de la mismas, con el objetivo de descubrir si estas son auténticas y no son un recurso reciclado o empleado en otros espacios o sitios. Al lado de esto, también cabe mencionar que jamás debemos de tomar a las redes sociales como nuestras principales fuentes de información. Aunque un aconteciendo aparezca dentro de ellas, jamás tenemos que darlo por hecho. Esto es un terrible error. La tarea de los usuarios es indagar más sobre esos sucesos, ir a la fuente que lo está difundiendo, investigarla, saber qué paso, cuándo paso, por qué, y lo más importante, leerla, analizar su contexto y los datos implícitos en ella.

De esta forma, los ejercicios antes mencionados nos podrían brindar una mayor certeza y seguridad a la hora de navegar y compartir noticias dentro de nuestras redes sociales, colaborando y ayudando a estas mismas para que la información que en estas transita, en su mayoría, sea totalmente confiable y legítima.

En conclusión, combatir las noticias falsas es una tarea colectiva, ya que estas afectan y perjudican a todos en mayor o menor medida. No obstante, desenmascararlas no es una labor fácil y rápida, sin embargo, implementando una buena logística, así como la disposición de las partes involucradas, el objetivo se puede lograr. Después de todo, las redes sociales han llegado para quedarse, pero no por eso, quiere decir que sean perfectas. Hay miles de deficiencias que necesitan ser arregladas y ajustadas, y las mencionadas en el presente ensayo, son solo unas de ellas.

Por otra parte, la infodemia generada a partir de la pandemia de Covid-19, nos ha dejado una gran lección y por obvias razones, debería de servir de ejemplo. Esta logró, por desgracia, repercutir en todos los niveles de la sociedad, tanto en los ámbitos económicos y de salud, como en las esferas políticas y sociales. Eventualmente, sus efectos han ido más allá del propio Covid, no obstante, estos aún seguirán presentes mucho después de que la pandemia haya finalizado. Sin embargo, es obligación de todos los pueblos y países aprender de esto y ver que, una catástrofe mucho mayor podría acontecer en una futura crisis sanitaria, si no se establece un control sobre toda la información generada a partir de esta, pero en especial, si no se logran vigilar y detectar todas las noticias falsas engendradas en ese momento.

En suma, si hay algo que aprender es que, una noticia falsa, probablemente, marcó la vida de una persona durante la última contingencia, y si bien le fue, logró salir avante de esta. Nuestro deber es, no dejar que eso vuelva a pasar.

## BIBLIOGRAFÍA / MESOGRAFÍA

Organización Mundial de la Salud OMS, Organización Panamericana de la Salud OPS (2020) *Entender la infodemia y la desinformación en la lucha contra el covid-19*. Recuperado de: <https://iris.paho.org/handle/10665.2/52053>

Hütt Herrera, Harold (2012). *Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión*. Reflexiones, 91(2),121-128. [fecha de Consulta 2 de diciembre de 2020]. ISSN: 1021-1209. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=729/72923962008>

RDStation (2020) *¿Qué son las redes sociales?*  
Recuperado de: <https://www.rdstation.com/mx/redes-sociales/>

Torres Vargas, Georgina Araceli. (2008). *El uso del término "redes sociales" y algunas confusiones*. *Investigación bibliotecológica*, 22(45), 07-09. Recuperado en 14 de diciembre de 2020, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-358X2008000200001&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2008000200001&lng=es&tlng=es).

Nass De Ledo, Ingrid (2011). *Las redes sociales*. *Revista Venezolana de Oncología*, 23(3),133. [fecha de Consulta 2 de diciembre de 2020]. ISSN: 0798-0582. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3756/375634868003>

Van Dijck, José. (2016). *La Cultura de la Conectividad: Una historia crítica de las redes sociales* (1.ª ed., Vol. 1). Siglo Veintiuno Editores. ISSN: 978-987-629-669-4

Agencia EFE (29 de octubre del 2020) *El aumento de la publicidad online dispara las ganancias de Facebook*. San Francisco. E.U.A. Recuperado de: <https://www.efe.com/efe/america/economia/el-aumento-de-la-publicidad-online-dispara-las-ganancias-facebook-un-61/20000011-4381526>

Reuters (30 de abril del 2020) *Twitter registra buenos ingresos impulsado por la publicidad*. Recuperado de: <https://expansion.mx/tecnologia/2020/04/30/twitter-registra-buenos-ingresos-impulsado-por-la-publicidad>

Kemp, Simon (11 de febrero del 2020) *Digital 2020 México*. Recuperado de: <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2020-mexico-january-2020-v01>

Kemp, Simon (30 de enero del 2020) *Digital 2020: Global Overview Report*. Recuperado de: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>

- Kemp, Simon (27 de enero del 2021) *Digital 2021: Global Overview Report*. Recuperado de: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>
- Kemp, Simon (8 de febrero del 2020) *Digital 2021 México*. Recuperado de: <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2021-mexico-january-2021-v01>
- Nielsen Ibope (27 de abril del 2020) *Covid-19: Audiencias y Consumo Digital*. Recuperado de: <https://www.nielsenibo.com/2020/04/27/audiencias-y-consumo-digital/>
- Branco, A. (18 de marzo del 2020) *Las tecnologías que ha usado China para detener al coronavirus*. Recuperado de: [https://www.elespanol.com/omicron/tecnologia/20200318/tecnologias-usado-china-detener-coronavirus/475453864\\_0.html](https://www.elespanol.com/omicron/tecnologia/20200318/tecnologias-usado-china-detener-coronavirus/475453864_0.html)
- Jakhar, P. (4 de marzo del 2020) *Coronavirus: las innovadoras tecnologías que está utilizando China para combatir el Covid-19 (y las preocupaciones que plantean)* Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-51736635>
- Mozur, P. Zhong, R. Krolik, A. (1 de marzo del 2020) *In coronavirus fight, China gives citizens a color code, with red flags*. Recuperado de: <https://www.nytimes.com/2020/03/01/business/china-coronavirus-surveillance.html>
- Hurtado, Luis Ángel (9 de abril del 2020) *Radiografía Sobre la Difusión de Fake News en México*. Recuperado de: [https://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2020\\_318.html](https://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2020_318.html)
- Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (17 de agosto del 2020) *Canales de Difusión de Noticias Falsas de Covid-19 en México*. Recuperado de: <https://infodemia.mx/categoria?categorias%5B0%5D=infografia>
- Blázquez-Ochando, Manuel (mayo de 2018) *El problema de las noticias falsas detección y contramedidas.*, In XV Seminario Hispano–Mexicano de Investigación en Biblioteconomía y Documentación, México. Recuperado de <http://eprints.rclis.org/33171/>
- Estrada-Cuzcano, Alonso, Alfaro-Mendives, Karen, & Saavedra-Vásquez, Valeria. (2020). *Disinformation and Misinformation, Posverdad y Fake News: precisiones conceptuales, diferencias, similitudes y yuxtaposiciones*. Información, cultura y sociedad, (42), 93-106. Recuperado de <https://dx.doi.org/10.34096/ics.i42.7427>
- Pauner Chulvi, C. (2018). *Noticias falsas y libertad de expresión e información. El control de los contenidos informativos en la red*. Teoría y Realidad Constitucional, 0(41), 297-318. Recuperado de <https://doi.org/10.5944/trc.41.2018.22123>

Federación Internacional de Periodistas (22 de agosto del 2018) *¿Qué son las fake news?: Guía para combatir la desinformación en la era de posverdad*. Recuperado de: [https://www.ifj.org/fileadmin/user\\_upload/Fake\\_News\\_-\\_FIP\\_AmLat.pdf](https://www.ifj.org/fileadmin/user_upload/Fake_News_-_FIP_AmLat.pdf)

Arroyo-Sánchez, A., Cabrejo Paredes, J., Cruzado Vallejos, M. (2020). *Infodemia, la otra pandemia durante la enfermedad por coronavirus 2019*. *Anales De La Facultad De Medicina*, 81(2). Recuperado de <https://doi.org/10.15381/anales.v81i2.17793>

Alfonso Sánchez, I., Fernández Valdés, M. (2020). *Comportamiento informacional, infodemia y desinformación durante la pandemia de COVID-19*. *Anales De La Academia De Ciencias De Cuba*, 10(2), e882. Recuperado de <http://www.revistaccuba.sld.cu/index.php/revacc/article/view/882/889>

Ramírez, C. (8 de mayo del 2020) *Por noticia falsa, pobladores ponen barricadas en San Felipe del Progreso e Ixtlahuaca*. Recuperado de: <https://www.eluniversal.com.mx/metropoli/cdmx/por-noticia-falsa-pobladores-ponen-barricadas-en-san-felipe-del-progreso-e-ixtlahuaca>

Martínez, E. (12 de mayo del 2020) *Comuneros de Zitácuaro bloquean carreteras por rumores sobre Covid-19*. Recuperado de: <https://www.jornada.com.mx/ultimas/estados/2020/05/12/comuneros-de-zitacuaro-bloquean-carreteras-por-noticias-sobre-covid-19-2375.html>

González, M. (17 de abril del 2020) *Coronavirus: el preocupante aumento de agresiones en México contra personal médico que combate el Covid-19*. Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-52319044>

Vega, A. (18 de junio del 2020) *Pobladores de Chiapas frenan fumigaciones contra dengue y atacan hospitales por miedo a contagio de Covid*. Recuperado de: <https://www.animalpolitico.com/2020/06/pobladores-chiapas-fumigaciones-dengue-hospitales-covid-19/>

Redacción Animal Político (9 de mayo del 2020) *“Vienen a esparcir el virus”: Pobladores del Edomex agreden a personal del ayuntamiento y queman patrullas*. Recuperado de: <https://www.animalpolitico.com/2020/05/pobladores-edomomex-queman-patrullas-miedo-covid/>

García, M. (13 de mayo del 2020) *Sigue violencia por el temor a covid-19; ya son 6 municipios donde hay agresiones*. Recuperado de: <https://diariportal.com/2020/05/13/sigue-violencia-por-el-temor-a-covid-19-ya-son-6-municipios-donde-hay-agresiones/>

Redacción El Universal (14 de mayo del 2020) *Invitan a fiesta para contagiar*

coronavirus como “lo hacen Suecia”. Recuperado de:

<https://www.eluniversal.com.mx/metropoli/cdmx/invitan-fiesta-para-contagiar-coronavirus-como-lo-hacen-en-suecia>

Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (23 de julio del 2020) *Comunicado a la Población: La COFEPRIS informa sobre el riesgo que representa el uso de la sustancia denominada dióxido de cloro o solución mineral milagrosa*. Recuperado de:

<https://www.gob.mx/cofepris/articulos/comunicado-a-la-poblacion-248797?idiom=es>

Aguirre, S. (20 de septiembre del 2020) *Médicos y ciudadanos se manifiestan en CDMX contra cubrebocas y a favor del dióxido de cloro, falsa cura del COVID*.

Recuperado de: <https://www.animalpolitico.com/2020/09/medicos-ciudadanos-manifestacion-cubrebocas-dioxido-cloro-falsa-cura-covid/>

Redacción Animal Político (22 de noviembre del 2020) *Alcalde en Coahuila dará tratamiento de dióxido de cloro a pacientes con COVID*. Recuperado de:

<https://www.animalpolitico.com/2020/11/alcalde-en-coahuila-dara-tratamiento-de-dioxido-de-cloro-a-pacientes-con-covid/>

Aguirre, S. (24 de noviembre del 2020) *Alcalde en Campeche también quiere dar dióxido de cloro contra COVID, pero Salud no avala su uso*. Recuperado de:

<https://www.animalpolitico.com/2020/11/alcalde-campeche-dioxido-cloro-sin-aval-salud/>

Aguirre, S. (16 de enero del 2021) *Lo que sabemos de casos de desinformación y muertes vinculadas al dióxido de cloro en Argentina*. Recuperado de:

<https://www.animalpolitico.com/elsabueso/desinformacion-muertes-dioxido-de-cloro-argentina/>

Redacción Infobae (26 de diciembre del 2020) *“Máteme el recuerdo de ese amargo amor”: Las increíbles y épicas Fake News que dejó el 2020*.

Recuperado de:

<https://www.infobae.com/america/mexico/2020/12/26/mateme-el-recuerdo-de-ese-amargo-amor-y-otras-epicas-fake-news-que-dejo-el-2020-i/>

Aguirre, S. (5 de mayo del 2020) *Mucho jijijí-jajajá sobre doctores que roban líquido de las rodillas, pero es falso y hay gente que si lo cree*. Recuperado de:

<https://animal.mx/2020/05/doctores-roban-liquido-rodillas-sinovia-verificacion-falso/>

Animal Político [pajaropolitico2012] (2020, octubre 9) *Teorías de conspiración acerca de la vacuna de COVID-19*. [Archivo de video] Recuperado de:

[https://www.youtube.com/watch?v=D2rcRaIQGgo&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?v=D2rcRaIQGgo&feature=emb_title)

Ramírez, L. (19 de enero del 2021) *Este listado contiene información falsa sobre la*

*vacunación; no la emitió Salud.* Recuperado de:  
<https://www.animalpolitico.com/elsabueso/listado-contraindicaciones-vacunacion-salud/>

Ramos, M. (1 de febrero del 2021) *La pandemia impulsa el crecimiento del eCommerce en México hasta un 81%*. Recuperado de:  
<https://marketing4ecommerce.mx/crecimiento-del-ecommerce-en-mexico-81-amvo/>

Cañedo Andalia, Rubén. (2004). *Aproximaciones para una historia de internet*. ACIMED, 12(1) Recuperado en 17 de mayo de 2021, de  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1024-94352004000100005&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352004000100005&lng=es&tlng=es).

Gómez Arriagada, Héctor Francisco (2013). *Desinformación en internet y hegemonía en redes sociales*. Revista Electrónica Gestión de las Personas y Tecnología, 6(16),39-53.[fecha de Consulta 17 de Mayo de 2021]. ISSN: . Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=477847110004>

Pérez - Wiesner, Mateo & Martín, M<sup>a</sup> & López-Muñoz, Francisco. (2014). *El fenómeno de las redes sociales: evolución y perfil del usuario*.13. 93 - 118. Disponible en:  
[https://www.researchgate.net/publication/287209549\\_El\\_fenomeno\\_de\\_las\\_redes\\_sociales\\_evolucion\\_y\\_perfil\\_del\\_usuario](https://www.researchgate.net/publication/287209549_El_fenomeno_de_las_redes_sociales_evolucion_y_perfil_del_usuario)

Ávila Araújo, Carlos Alberto (2020). *La importancia de la ciencia de la información en tiempos de posverdad*. Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud, 31(1),1-6.[fecha de Consulta 25 de Mayo de 2021]. ISSN:Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=377665619001>

González de Requena Farré, Juan Antonio. (2019). *La conceptualización de la mentira en tiempos de la posverdad*. Universitas Philosophica, 36 (72), 97-123. <https://doi.org/10.11144/javeriana.uph36-72.cmtp>

## Anexo

Tabla 1:

Nombre de los entrevistados, ocupación y fecha en la que se realizó la entrevista.

Entrevista	Nombre	Ocupación	Fecha de entrevista
1.-	Omar Díaz Domínguez.	Servidor Público dentro del Gobierno del Estado de México	21/01/2021
2.-	Melissa Nava.	Presentadora y conductora del programa AMX Noticias,	22/01/2021

		perteneciente al Sistema de Radio y Televisión Mexiquense.	
3.-	Dr. Alondra Guadalupe González Guadarrama	Médico Cirujano, adscrita al Centro Medico Naval de Especialidades, perteneciente a la Secretaria de Marina.	07/02/2021